



PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE

2016

FORORD

I henhold til pkt. 11 i "Public service-kontrakt mellem TV 2/FYN og kulturministeren for perioden 1. januar 2015 til 31. december 2018" skal der hermed redegøres for, hvorledes TV 2/FYN har overholdt public service-forpligtelserne i 2016.

Redegørelsen er udfærdiget efter Bibliotek og Mediers fremsendte "Disposition for public service-redegørelserne 2011" fra 17. februar 2012.

--- 000 ---

I 2016 samlede TV 2/FYN tre års massiv forandringsproces til én samlet og fornyet strategi for 2016-2018.

Årsagen var enkel: De mål, der i 2012 blev sat for at forandre TV 2/FYN fra en "hyggelig regional station" til en "ambitiøs nyhedsstation" var nået. En meningsmåling i marts 2016 blandt 1060 fynboer bekræftede dette: TV 2/FYN bliver nu både betragtet som den førende kilde til nyheder på Fyn og som den førende meningsdanner blandt både lokale og nationale medieaktører. Samtidig var organisationen og teknikken helt forandret i forhold til 2012-2014.

Derfor besluttede TV 2/FYNs bestyrelse ultimo 2015 at iværksætte en samlet strategiproces i foråret 2016, så TV 2/FYN i 2018 kan fremstå som et af Danmarks førende, regionale nyhedshuse – med nyheds- og kvalitetsjournalistik på alle platforme til fynboerne. Og med TV 2/FYN i en ny, markant rolle "i det fynske folks tjeneste", hvor TV 2/FYN spiller en aktiv og deltagende rolle ved de begivenheder og events, hvor livet leves i den fynske region.

Strategien, der blev udviklet i et tæt samarbejde mellem bestyrelse, direktion og en udvalgt strategigruppe af medarbejdere og ledere fra januar 2016, blev endeligt godkendt af TV 2/FYNs bestyrelse den 24. maj 2016.

Hvert element i Strategi 2016-2018 bygger på TV 2/FYNs rammer i public service-kontrakten med Kulturministeriet, hvor der i formålsparagraffen dels betones redaktionel uafhængighed og dels lægges vægt på stationens rolle som en "uundværlig del af den demokratiske debat". Samtidig slås fast, at TV 2/FYNs primære opgave er at stå for "nyhedsformidling", "oplysning", "aktualitet" og "kultur". I praksis altså nyheds- og aktualitetsbåret journalistik.

Ud over den fornyede vision blev TV 2/FYNs journalistiske værdier opdateret til disse:

- Vi sætter dagsorden
- Vi skaber debat
- Vi er tæt på

I forlængelse af disse skal TV 2/FYNs strategiske positioner i 2018 se således ud:

- Det nyhedsførende mediehus på Fyn
- Fyns mest aktive og debatsamlende forum
- Mediepartner for Fyn og opsøgende medspiller ved både små og store events

De nye mål følger både vision og værdier og hedder:

- TV 2-vinduer: Share skal fastholdes
- TV 2/FYN NYHEDSKANALEN: Kendskab til kanalen og dækningen skal øges
- tv2fyn.dk: Antallet af brugere skal vokse
- Sociale medier: Størst på Fyn

Efter det grundige forarbejde blev medarbejderne informeret og involveret i juni og i august, og i oktober-november blev tre helt konkrete strategiprojekter sat i gang:

1. "Nyheder fra morgen til aften": Web-first-tankegang og nyhedsflow fra 6.00-23.00.
2. "Journalistik på alle platforme": Uanset tidspunkt, platform og historie publiceres historier på tværs til både tv-, digitale og sociale platforme.
3. "17til20": Tre timers fornyet og direkte nyhedsshow på alle hverdage – på egen kanal og med TV 2-vinduer flettet ind.

Strategiarbejdet påvirkede hele TV 2/FYNs organisation i 2016 og teknik, investeringer og renovering af domicilet på Olfert Fischers Vej blev tilrettet den nye, samlede retning.

I løbet af 2017 vil der blive føjet tre nye strategiprojekter på – og i løbet af foråret brydes de overordnede mål ned i målbare enheder, der kan følges via key performance indicators, så der sikres styring og opfyldelse af de overordnede mål i strategien for 2016-2018. Dermed vil TV 2/FYN også aktivt indarbejde og støtte de kommende målbare krav fra Kulturministeriet.

Med den nye strategi implementeret af en engageret, flittig og veluddannet medarbejderstab er TV 2/FYN klar til at fortsætte udviklingen som fynboernes vigtigste kilde til nyheder, oplysning og selvstændig meningsdannelse i 2017. Kommunalvalget i november bliver et højdepunkt, hvor alle platforme og journalistiske virkemidler vil sikre den mest omfattende dækning nogensinde.

Trods de stærkt omskiftelige medietider i disse år ser TV 2/FYN optimistisk og ambitiøst på de mange muligheder, som også er en følge af forandringerne.

Go' fornøjelse med læsningen.

Preben Petersen
Formand for bestyrelsen

Esben Seerup
Direktør

1. GENEREL INFORMATION

TV 2/FYN

Olfert Fischers Vej 31

5220 Odense SØ

www.tv2fyn.dk

Tlf. 6315 6000



TV 2/FYN er en af otte danske regionale tv-stationer, hvis virksomhed i 2016 har været reguleret i henhold til gældende lovgivning – senest LBK nr. 255 af 20. marts 2014 af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed samt bekendtgørelse nr. 389 af 24. marts 2015 om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder.

TV 2/FYN er en økonomisk og juridisk selvstændig institution, hvis bestyrelse er valgt af et folkeligt udpeget repræsentantskab.

Dækningsområde

Dækningsområdet er Fyn med omliggende øer, hvis befolkning udgør ca. 500.000 personer. TV 2/FYN udsender tv-programmer i såkaldte vinduer på TV 2 DANMARK samt i udsendelser på den regionale 24-timers kanal, via internettet på hjemmesiden tv2fyn.dk, på Facebook og TV 2/FYNs apps.

Finansieringen sker via medielicensen, hvoraf TV 2/FYNs andel i 2016 udgjorde kr. 64.472.000.

Ansatte

TV 2/FYN har gennemsnitligt beskæftiget 83 fuldtidsansatte i 2016. De er fordelt således:

Ledelse: 5

Administration/service: 8

Redaktion: 65

Teknik: 5

TV 2/FYNs ledelsesgruppe, der i sommeren 2015 blev slanket fra 6 til 5 personer, fortsatte med den samme gruppe i hele 2016: Ledergruppen består hermed af teknik- og produktionschef Michael Jensen, redaktionschef Mads Boel, redaktionschef Rikke Bekker, økonomichef Flemming Kjær Hansen og direktør Esben Seerup.

TV 2/FYNs bestyrelse

Preben Petersen, formand

Kent Skov Andreasen, næstformand

Peter Zinck

Uffe Strandby

Suresh Jeyasingham

Rikke Kaas Molin

Martin Mulvad Ernst (medarbejdervalgt)

Henning Nielsen, der siden 2002 havde bestridt formandsposten for TV 2/FYNs bestyrelse, stoppede formelt i denne funktion ved årsskiftet 2016-2017, da han gik af efter 14 år i spidsen for TV 2/FYN. På repræsentantskabsmødet den 29. november 2016 blev forinden valgt to nye medlemmer til TV 2/FYNs bestyrelse – Peter Zinck og Uffe Strandby – mens der var genvalg til Suresh Jeyasingham. Både Maja Nadja Christensen og Henning Nielsen genopstillede ikke, og på et efterfølgende konstitueringsmøde blev Preben Petersen og Kent Skov Andreasen valgt som henholdsvis ny formand og næstformand for de kommende to år. Bestyrelsen består desuden af Rikke Kaas Molin og Martin Mulvad Ernst (medarbejdervalgt).

Sendetid

TV 2/FYN har i 2016 fortsat en væsentlig udvidelse af sin sendetid i forhold til tidligere. Dette skyldes primært 24-timers kanalen, der siden 1. februar 2012 har været en ny platform. I 2016 blev der sendt i alt 4.715 timers tv - mod 3.110 timers tv i 2015 og 2.621 timer året før.

I "nyheds-vinduerne" på TV 2s hovedkanal har TV 2/FYN i 2016 udsendt 261 timers fjernsyn, hvilket er lidt mindre end i 2015, hvor der var ekstra udsendelser i forbindelse med folketingsvalget i juni. Hovedudsendelsen kl. 19.30 på TV 2 har siden januar 2014 været én sammenhængende udsendelse uden afbrydelser, hvor indholdet er klassisk nyhedsformidling: Aktualitet, oplysning om væsentlige emner og reportager inden for især politik, kultur og det mangfoldige liv i den fynske region.

Denne linje er fortsat i 2016, især i de cirka 40 uger, hvor "nyhedskanalen TV 2/FYN" samtidig sender for fuldt tryk i takt med nyhedsstrømmen. I 12 veldefinerede uger, hvor nyhedsstrømmen daler i takt med, at det er ferietid i samfundet - påske, pinse, sommer, jul etc. – har TV 2-vinduerne i 2016 udviklet sig, så 19.30-udsendelserne også her nu er "rene" nyhedsudsendelser. Typisk bliver der her skruet op for flere live-gennemstillinger fra eksempelvis det fynske sommerland, så aktualitet og nyhedspuls sikres hele året rundt.

Dette har medført, at mere tidløse programmer i praksis nu endegyldigt er ophørt på TV 2/FYNS flader. I 2016 var således blot 0,7 procent, ud af 4.715 sendetimer "ikke-nyheder" eller "ikke-aktualitet". Resten, 99,3 procent, var *public service classic*.

Generelt er TV 2-vinduerne koncentreret om dagsaktuelt, debatskabende og dagsordensættende indhold i en sammenhængende nyhedsudsendelse, som tydeligt over for seerne er varedeklareret i vandmærket på TV 2 med ordet "nyheder" som integreret del.

"Nyhedsvinduerne" på TV 2 er samsendt med 24-timers kanalen, hvor der i 2016 har været 8.777 sendetimer til rådighed (8.780 i 2015). Stationen har været on air på kanalen i 4.986 timer (3.699 i 2015), heraf 4.715 med programmer (3.110 i 2015) og 271 fordelt på trailere, sponsorkilte og fillers (589 i 2015). Udsendelsesstatistikken for 2016 har en mere specifik fordeling af sendetiden, hvilket fremgår af nedenstående skema. Udsendelsesstatistikker og indholdskategori, se Bilag 1, bagest i denne redegørelse.

Sendetidspunkt	Programtitel	Udsendelsestimer 2016	Heraf genudsen- delsestimer	Udsendelsestimer 2015
12.30	Regionale nyheder	11	0	11
17.15	Regionale nyheder	11	0	13
18.20	Regionale nyheder	23	0	23
19.25	Coming-up	1	0	1
19.30	Regionale nyheder	132	0	133
22.27	Regionale nyheder	30	0	33
Ekstra udsendelser	Regionale nyheder	0	0	0
Ekstra udsendelser	Folketingsvalg	0	0	3
Regionale reklamer		53	0	52
Sendetimer TV 2- vinduer		261	0	269

Nyhedskanalen TV 2/FYN				
Program		4.715	3.563	3.110
Trailer, sponsorer, fillers		271		589
I alt		4.986	3.563	3.699
Off-broadcast		3.791		5.081
Sendetid i alt		8.777	3.563	8.780

Reklamer

De regionale reklameblokke udsendes i den regionale sendetid for TV 2 DANMARK, der varetager salget og oppebærer alle indtægter forbundet hermed.

Geografi

I en tid, hvor befolkningen søger til de større byer, har TV 2/FYN som målsætning, at dækningen dagligt skal afspejle hele den fynske region. Inklusive livet uden for Odense, Svendborg og de andre købstæder på Fyn. Og inklusive de sydfynske øer, hvor både kultur, politik og folkelivet i den daglige nyhedsstrøm og ved større sendinger bevidst bliver prioriteret.

Herunder følger en status for, hvordan antallet af tv-indslag i TV 2-vinduerne fordelte sig igennem 2016, sat i forhold til befolkningsgrundlaget i hver af de 10 fynske kommuner. Hvis man tager i betragtning, at Faaborg-Midtfyn og Assens Kommune fysisk grænser op til Odense Kommune, og når man samtidig ved, at de nærmeste byområder i disse to landkommuner i praksis betragter sig selv som forstæder til Odense, er fordelingen nogenlunde homogen. I 2017 vil disse data blive en del af de målbare mål, som TV 2/FYNs indhold vil styre efter, så der opnås bedst mulig geografisk dækning i indholdet, så alle fynboer føler deres lokalområder dækket af TV 2/FYN.

Kommune/område	Total indslag	Andel indslag	Forskel	Andel folketal	Total folketal
Odense	1215	43,7%	3,1%	40,6%	200563
Svendborg	284	10,2%	-1,6%	11,8%	58510
Nyborg	148	5,3%	-1,2%	6,5%	32142
Faaborg-Midtfyn	143	5,1%	-5,3%	10,4%	51376
Nordfyn	131	4,7%	-1,3%	6,0%	29446
Kerteminde	111	4,0%	-0,8%	4,8%	23774
Middelfart	111	4,0%	-3,7%	7,7%	38093
Langeland	92	3,3%	0,8%	2,5%	12578
Assens	89	3,2%	-5,2%	8,4%	41390
Ærø	29	1,0%	-0,2%	1,3%	6177
Syddanmark	78	2,8%			
Hele Fyn	352	12,6%			
I alt	2783	100%		100%	494049

Antal indslag i forhold til befolkningsandelen første kvartal 2017 i de fynske kommuner

TV 2-vinduerne: Programplan

Indholdet i TV 2-vinduerne bygger på rene nyhedsjournalistiske kriterier. I 2016 har TV 2/FYN målrettet fortsat sin skærpede fokus på aktualitet, væsentlighed, identifikation og overraskelse, så seerne får adgang til væsentlig samfundsinformation og debat om og fra den fynske region.



Indholdet i TV 2-vinduerne er i 2016 fortsat sin styrke i takt med, at rutiner og faglighed har bundfældet sig efter 2015s indkøring af ”nyhedskanalen TV 2/FYN” – og efter at den nye, samlede strategi blev rullet ud i efteråret 2016. Der er i dag stadig større variation, mange enheder og stor brug af nyhedsstrømmen fra tv2fyn.dk, Facebook og ”nyhedskanalen TV 2/FYN i nyhedsudsendelserne i TV 2-vinduerne. Samtidig oprettede TV 2/FYN i 2016 sin tredje fagredaktion, TV 2/FYN Business, som sidst på året var etableret og dermed bidrog til øget kvalitet i alle TV 2-vinduer og selvkært i de store nyhedsudsendelser kl. 19.30 og 22.27.

Programplan: TV 2-vinduer

kl. 12.30 – 12.35	mandag - fredag	Nyheder fra Fyn
kl. 17.15 – 17.20	mandag - fredag	Nyheder fra Fyn
kl. 18.20 – 18.25	mandag - søndag	Nyheder fra Fyn
Kl. 19.25 – 19.25.30	mandag – søndag	Coming up – teaser på aftenens vigtigste historie
kl. 19.30 – 20.00	mandag – fredag og søndag	Nyheder fra Fyn med perspektiv, debat, aktuelle lives og reportager
kl. 19.30 – 19.45	Lørdag	Nyheder fra Fyn med seneste nyt, uddybning og aktuelle reportager
kl. 22.27 – 22.42	mandag - torsdag	Fynske nyheder med seneste nyt, perspektiv, debat og aktuelle lives

24-timers kanalen: Programindhold

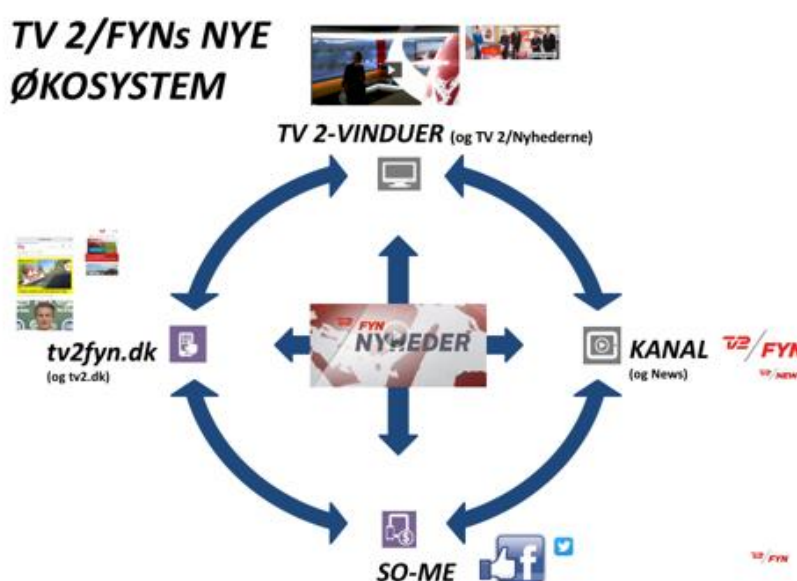
TV 2/FYNs 24-timers kanal blev i januar 2015 præsenteret som Danmarks første, regionale nyhedskanal. Med direkte nyheds-tv, når tingene sker, og daglige sendinger fra kl. 14.00-20.00 på alle hverdage, hvor TV 2-vinduerne var integreret. Denne linje er videreført i 2016, hvor kanalen i forbindelse med TV 2/FYNs samlede strategi blev tænkt endnu mere sammen med TV 2/FYNs tre andre platforme – TV 2-vinduerne, tv2fyn.dk og Facebook.

Fornyset journalistik og forbedret indhold på alle medieplatforme er kernen i Strategi 2016-2018.

Målene er:

- I 2018 flyder TV 2/FYNs indhold målrettet og planlagt mellem web, sociale medier og den ene og anden tv-kanal på de tidspunkter, der passer fynboerne.
- TV 2/FYNs fagredaktioner, nyhedshold og livereportere arbejder platformsnutralt og leverer væsentlig og relevant journalistik for fynboerne.

Det sker ved tre greb: Journalistik på alle platforme, journalistik med mere relevans – og med et nyt gennemtænkt økosystem som arbejdsredskab for redaktionen. TV 2/FYNs ”økosystem” er et enkelt, effektivt og smidigt produktions- og distributionssystem, der skal sikre, at vores nyheder og anden aktuel journalistik distribueres intelligently til alle platforme:



Dermed ændrede TV 2/FYN Nyhedskanalen også karakter i 2016, hvor den i endnu højere grad blev den afgørende nyhedsmotor i mediehuset TV 2/FYN. Kanalen arbejder nu parallelt med tv2fyn.dk og er i højere grad blevet motoren, der genererer nyhedsstof og aktuel journalistik - og kanaliserer det videre til andre platforme hurtigt derefter i form af nedklippede, omredigerede versioner til både TV 2-vinduer, tv2fyn.dk og Facebook.

Kanalen favner fortsat alt nyheds- og aktuelt journalistisk stof, lives, løbende nyhedsopdateringer og gæster - også smalt, nichepræget og nørdet stof. Den 15. november 2016 blev ”17til20” lanceret som et tre timers sammenhængende nyhedsshow fra TV 2/FYNs nye studie. Her guider to nyhedsværter seerne igennem dagens nyhedsstrøm med en vekslen mellem korte nyhedstelegrammer, aktuelle gæster, et nyt magasinprogram hver dag og TV 2-vinduernes nyhedsudsendelser fortsat fuldt integreret. ”17til20” fortsætter til kl. 20.15 mandag-fredag.

Frem mod 2018 skal kanalen udvide sin sendetid, så den ligger så tæt mod tv2fyn.dk's redaktionelle åbningstider som muligt fra morgenstunden. Det skal ske ved intelligente loops, smart inddragelse af stof fra tv2fyn.dk, for eksempel også live-streams - og brug af nyeste teknik.

Den forøgede indsats på fynsk aktualitetsstof betød, at nyhedskanalen TV 2/FYN i 2016 ikke længere havde behov for tidløse "ikke-nyheds" eller "ikke-aktualitets"-baserede programmer. I stedet er der i højere grad satset på live-sendinger fra aktuelle begivenheder, når tingene sker. Især inden for kulturområdet øgede TV 2/FYN sendingerne i forhold til tidligere. Eksempelvis sendte kanalen mange timers direkte tv fra "Heartland"-festivalen på Egeskov Slot i maj, fra rockfestivalen "Tinderbox" i Odense i juni og fra film-dagenens "Svend-fest" i Svendborg i august.

Samtidig har kanalen været brugt til at sende det tværregionale program, "Danmark Rundt", som TV 2/Østjylland producerede for alle TV 2-regioner indtil januar 2017, hvor programformatet blev ændret og produktionen blev lagt ud til den eksterne producent, STV.

For at holde nyhedskanalen TV 2/FYN på sit strategiske spor i 2017 og for at opfylde Kulturministeriets kommende krav om målbare mål, vil nyhedskanalen bevidst arbejde med målbare målepunkter som eksempelvis ugentlig dækning pr. bruger, samme målemetode, som TV 2 News benytter, og kendskabsgrad til kanalen i form af en konkret, fynsk-baseret meningsmåling som i marts 2016.

Seertal

TV 2-vinduerne

TV 2/FYN fortsatte i 2016 den samme stabile udvikling på TV 2-vinduerne som i 2015, hvor flere års fald i seertilslutningen blev bremset. I øvrigt en udvikling som også TV 2/Nyhedernes og de øvrige TV 2-regioners udsendelser på hovedkanalen var præget af. Årsagen er facetteret og skyldes både den generelle medieudvikling, ændringer i befolkningens tv-vaner og selvklart de enkelte udsendelsers kvalitet.

Denne positive udvikling fortsatte i 2016, hvor også TV 2/Nyhedernes renere satsning på nyheder og aktualitet smittede af på TV 2-regionerne – og dermed TV 2/FYN. I efteråret 2016 blev TV 2-regionernes 19.30 således den mest sete nyhedsudsendelse i Danmark og passerede TV Avisen kl. 21.30. Samlet så gennemsnitligt 516.000 danskere hver aften TV 2-regionernes 19.30-udsendelse.

Samlet sluttede 2016 med en lille fremgang for TV 2/FYNs vedkommende: En share på 38,6 mod 36, 8 i forhold til 2015. Dermed opfyldte TV 2/FYN i 2016 det målbare mål for seertilslutning, som også i 2017 er defineret i Strategi 2016-2018: At fastholde share-tilslutningen i TV 2-vinduerne.

	TV 2 kl. 19.30	TV 2 kl. 19.30
	Share	Share
	2016	2015
TV2 NORD	36,7	33,8
TV MIDTVEST	49,1	43,4
TV 2/Østjylland	38,6	38,2
TV SYD	39,1	36,9
TV 2/FYN	38,6	36,8
TV ØST	32,6	37,1
TV 2/ Lorry	33,1	30,6
TV 2-regionerne i gennemsnit	36,7	35,0

Kilde: TV-Meter: Årstal, TV 2-vinduer kl. 19.30 henholdsvis 2016 og 2015.

24-timers kanalen

”TV 2/FYN Nyhedskanalen” kæmper stadig med at blive en del af fynboernes bevidsthed som nyhedskilde. Data for publikum til 24-timers kanalens udbredelse er stadig som de foregående år præget af meget usikre målemetoder. Samlet ligger kanalen – set over hele året – med en gennemsnitlig døgnsshare på 0,3 procent, hvilket er et fald fra 0,4 procent i 2015.

TV-Meter-systemet, der er designet til et landsdækkende og kommercielt tv-marked kan nok give regionale træk, der over tid giver validitet i seertilslutningen til TV 2-vinduerne. Det forholder sig anderledes i forhold til 24-timers kanalerne. Her er det statistiske grundlag alt for marginalt og usikkert til eksempelvis at fange tilslutningen i sendinger, der er målrettet enkelte dele af det fynske område.

Dermed er TV-Meter-målingen, som endnu er den eneste målestok, reelt ubrugelig for seriøs viden om seermønstre både time-for-time, dag-for-dag og uge-for-uge. Derimod kan årstallet for tilslutningen til 24-timers kanalen give et vist fingerpeg på grund af de akkumulerede tal over 365 dage. Her viser de – stadig – meget usikre tal, at sharen til TV 2/FYN – over 24 timer i et helt år – fik et fald til 0,3 procent mod 0,4 procent i 2015.

Ved massive sendesatsninger over mange timer på enkeltdage – eksempelvis under rockfestivalen Tinderbox, hvor der i juni blev sendt mere end 30 timers direkte tv på tre dage – var der markante udsving i TV-Meter-målingerne.

Relanceringen af nyhedsshowet ”17til20”, som kom i luften i 2016, skal i 2017 derfor understøttes af en langsigtet marketings- og cross-promoverings-indsats på TV 2/FYNs egne platforme, så kanalens mål om, at kendskabet til kanalen og den samlede dækning øges i 2017, kan opfyldes. I forbindelse med kommunalvalget 2017 vil der derfor følge en massiv indsats, så fynboerne i højere grad får øjnene op for TV 2/FYN Nyhedskanalen.

Dette ændrer ikke på, at kendskabet til TV 2/FYN Nyhedskanalen - og dækningen – ikke er tilfredsstillende. Heller ikke selv om en A&B-analyse-måling blandt 1.060 fynboer i marts 2016 gav

et andet billede. Her svarede 15 procent af fynboerne, at de i løbet af en uge havde set kanalen. A&B-analysen viste også, at 46 procent af fynboerne nu kender kanalen – og har den installeret på deres tv. Og at knap ti procent ser den dagligt, mens yderligere godt otte procent ser den ”flere gange om ugen”.

	24-timers kanal	24-timers kanal
	Share	Share
	2016	2015
TV2 NORD	1,9	2,1
TV MIDTVEST	1,9	1,8
TV 2/Østjylland	0,9	0,8
TV SYD	0,9	0,9
TV 2/FYN	0,3	0,4
TV ØST	1,6	1,6
TV 2/ Lorry	0,4	0,3
TV 2-regionerne i gennemsnit	0,9	1,2

Kilde: TV-Meter, Årstal, 24 timer samlet over 365 dage i henholdsvis 2016 og 2015.

2. PUBLIC SERVICE-FORMÅL

TV 2/FYNs bestyrelse har som overordnet programerklæring at leve op til Kulturministeriets formål om public service. Samtidig har TV 2/FYN selv tidligere defineret mål og værdier for stationens journalistik og programmæssige virke. Disse blev revideret i 2012, hvor bestyrelsen ønskede, at TV 2/FYN i højere grad sætter den regionale dagsorden og præger debatten på Fyn. Og igen i 2016, hvor bestyrelsen i forbindelse med en ny, samlet strategi definerede en ren, enkel public service classic-indholdslinje. Og kun det.

Tilsat de klassiske, journalistiske nyhedskriterier som aktualitet, væsentlighed, identifikation, overraskelse og en kritisk og konstruktiv tilgang i vinklingen af de enkelte historier sikres den fynske befolkning adgang til både væsentlig samfundsinformation og debat, og samtidig garanterer tv-stationens professionelle brug af nyhedskriterierne, at der i al journalistik er tilstræbt kvalitet og alsidighed – og med afgørende vægt på både informations- og ytringsfrihed. Dette er jo selve forudsætningen for fri og uafhængig nyhedsjournalistik i et demokratisk samfund.

TV 2/FYN producerede derfor i 2016 nu udelukkende nyheds- og aktualitetsindhold – med den mangfoldighed, som det giver. Dog med et særligt øje på især kulturformidling fra hele den fynske region. I løbet af 2014 og 2015 blev de sidste af de programmer, der ikke har nyheds- eller aktualitetsindhold, udfaset. Også de eksterne indkøb fra producenter er omfattet af denne linje, så tidligere tiders programmer inden for hobby, livsstil, underholdning etc. nu er endegyldigt forladt.

I maj 2016 vedtog TV 2/FYNs bestyrelse sin nye, samlede strategi. Visionen er ambitiøs:

- *TV 2/FYN skal frem mod 2018 udvikle sig til et af Danmarks førende, regionale mediehus og det helt centrale og meningsdannende organ for Fyn - og fra Fyn.*
- *Samtidig skal TV 2/FYN aktivt, deltagende og synligt engagere sig i fynboernes liv og hverdag med relevant journalistik og ved aktuelle events.*
- *TV 2/FYNs journalistik skal oplyse og engagere seere og brugere til gavn for Fyn og den demokratiske debat og udvikling i regionen.*

Strategien er indholdsdrivet i alle hjørner. Den dækker hele TV 2/FYNs organisation. Teknik, økonomi og organisation tilpasser sig de journalistiske mål. Strategien zoomer ind på især to punkter:

- *Ny journalistik:* Styrket fokus på forbedret indhold skal sikre nyheds- og aktuel journalistik med relevans til fynboerne på de tidspunkter og til de medieplatforme, der passer dem.
- *"I det fynske folks tjeneste":* TV 2/FYN skal i en ny, mere tydelig og daglig rolle involvere sig synligt ved events på Fyn og opbygge nye relationer med fynboerne. Både via sociale medier og i den virkelige verden i mødet og snakken med det fynske folk.

I 2018 er TV 2/FYN udviklet til et fuldtonet, digitalt mediehus, der altid sender på en eller flere medieplatforme – og som aldrig lukker.

Journalistisk vision, værdiord, strategiske positioner og målbare mål

TV 2/FYNs nye vision favner strategiens nye retning, så vi bevarer ånden fra den hidtidige om at være en "ambitiøs nyhedsstation". De næste to år stræber vi efter et løft til nationalt niveau og efter at udbygge vores allerede dominerende medieposition på Fyn inden for nyheder og debat.

Værdiord har tre formål i denne strategi: At give en særlig position. Virke internt. Og vise en retning. Det afspejler vores nye værdier:

- *Vi sætter dagsorden.*
- *Vi skaber debat.*
- *Vi er tæt på.*

"Vi sætter dagsorden" og "vi skaber debat" dækker samme ambition som før. Dog med den skærpelse, at "vi" fra TV 2/FYN skal være mere aktive, mere opsøgende og mere modige i selv at tage initiativer.

"Vi er tæt på" rummer en ambition om, TV 2/FYN - helt konkret – bliver endnu mere udfarende og synlige i reportager og ved events ude på Fyn. "Tæt på" har også den overførte betydning, at vi i

vores vinkling af historier får flere følelser, fascination, relevans og autenticitet med i vores journalistik.

Strategien skal styrke TV 2/FYNs særlige niche og sikre, at vi er specielle i forhold til konkurrenter – og både størst og stærkest i tre klart definerede, strategiske positioner:

- Det nyhedsførende mediehus på Fyn.
- Fyns mest aktive og debatsamlende forum.
- Mediepartner for Fyn og opsøgende medspiller ved både små og store events.

Strategi 2016-2018 følges op af konkrete og målbare mål frem mod 2018. Målene tager udgangspunkt i vision og værdior. De overordnede mål for TV 2/FYNs fire platforme er:

- TV 2-vinduer: Share skal fastholdes.
- TV 2/FYN: Kendskab til kanalen og dækning blandt brugere skal øges.
- tv2fyn.dk: Antallet af brugere skal vokse.
- Sociale medier: Størst på Fyn.

Som noget nyt på TV 2/FYN introduceres derfor i strategiperioden såkaldte *key performance indicators*. Disse "KPI'er" skal udvikles for at opnå den effekt, der skal til for, at vi kan opfylde de overordnede mål.

"KPI"-arbejdet udvikles i tæt samarbejde med chefer, ledere og medarbejdere inden for hvert område, så måltallene giver mening og understøtter strategiens mål, og så de samtidig opfylder de kommende krav fra Kulturministeriet.

Investeringer mod en rendyrket public service-nyhedsstation i løbet af 2016

TV 2/FYN fortsatte i 2016 det tætte samarbejde med nu i alt seks andre TV 2-regioner om en fælles online-platform. I løbet af foråret kobledede både TV ØST, TV 2/ Lorry og TV 2/Østjylland sig på det fælles content management system, som TV 2/FYN sammen med TV MIDTVEST, TV SYD og TV2 NORD skød i gang i 2015. Dermed kom der bedre økonomi i det fælles projekt.

I forlængelse af 2015-lanceringen af "Danmarks første, regionale nyhedskanal", besluttede ledelse og bestyrelse allerede ved budgetlægningen for 2016 at ombygge det nyhedskanal-studie, som nyhedskanalen afviklede fra. Hverken arbejdsforhold eller teknisk kvalitet var tilfredsstillende i studie- og afviklingsomgivelserne, som var placeret i den ene ende af TV 2/FYNs centrale redaktionslokale. Derfor skulle der dels etableres et nyt studie og et nyt afviklingslokale med mest muligt genbrug af eksisterende soft- og hardware.

Strategiarbejdets konklusioner i løbet af foråret medførte, at ombygningsprojektet blev skubbet lidt tidsmæssigt, og udbygget til et mere omfattende renoveringsprojekt.

Alle tekniske og uddannelsesmæssige investeringer i 2016 er underlagt den overordnede public service classic-linje og har fremmet denne.

12 måneders udvikling i 2016

Herunder er en kort og punktvis oversigt over de centrale tiltag i 2016, der samlet har ligget bag den målrettede forandring mod TV 2/FYN som en fuldbyrdet public service classic-nyhedsstation.

- **Januar:** TV 2/FYNs bestyrelse igangsætter en samlet strategiproces, som skal favne de foregående års mange forandringer mod en "ambitiøs nyhedsstation", og som skal omfatte 2016-2018, som er den resterende del af medieforligsperioden. Michael Dyrby, tidligere nyhedsdirektør på TV 2, tilknyttes som ekstern strategikonsulent.
- **Februar:** TV 2/FYN deltager – sammen med TV2 NORD, TV SYD og TV 2/BORNHOLM – i et publicistisk forsøg med TV 2 om at styrke den digitale udveksling mellem TV 2-regionernes nyhedssites og tv2.dk. Forsøget er vellykket og forlænges til resten af foråret.
- **Marts:** En strategigruppe med både ledelse og medarbejdere går i gang med målrettet arbejde med at forme TV 2/FYNs nye strategi.
- **April:** TV 2/FYNs bestyrelse præsenteres for midtvejs-status i strategiarbejdet før en tredages studietur senere på måneden til Edinburgh og Glasgow. Her besøges blandt andet BBC Scotland og STV (Skotlands svar på TV 2), og der er oplægsholdere om mediesituationen i Skotland, som er meget sammenlignelig med den danske. Undervejs præsenteres første udkast af ny strategi for bestyrelsen, hvis holdninger strategigruppen derefter tilretter de næste faser af strategiarbejdet med.
- **Maj:** TV 2/FYNs bestyrelse vedtager samlet den 24. maj "Strategi 2016-2018", implementeringsplanen og de seks konkrete strategiprojekter, som skal udmønte retningen i den nye strategi. Ole Frank Rasmussen tiltræder som TV 2/FYNs første erhvervsredaktør og bliver daglig leder af den nu tredje fagredaktion (Politik og Kultur var de to første) på TV 2/FYN. TV 2/FYN Business består desuden af to eksisterende TV 2/FYN-medarbejdere, og i slutningen af måneden slås en stilling op for at tiltrække endnu en specialiseret journalist, så redaktionen i efteråret kommer helt på plads.
- **Juni:** TV 2/FYNs nye strategi præsenteres for alle medarbejdere på både stormøde og i en lang række delmøder med de enkelte teams. Rockfestivalen "Tinderbox" sidst på måneden udpeges som en "1:1"-testbegivenhed, hvor strategiens seks konkrete projekter alle skal afprøves. Mere end 60 medarbejdere medvirker, og ud over en formidabel dækning af festivalen, der tiltrækker 40.000 mennesker over tre dage, får hele TV 2/FYN nyttig viden og erfaring i, hvad der virker. På Folkemødet på Bornholm deltager TV 2/FYN i både den fællesregionale dækning og i det debatmøde med en række medieordførere, som TV 2-regionerne har taget initiativ til.

- **Juli:** For første gang afprøver TV 2/FYN reelt en "lavsæson" uden forproducerede, tidløse og "ikke-aktuelle" programmer. Det går fint, for i stedet skrues op for mere nyhedsstof og ikke mindst live-sendinger i TV 2-vinduerne ude fra det fynske sommerland. Blandt andet fra Langelandsfestivalen ved Rudkøbing og fra de fynske øer. Sommerugerne dækkes nyhedsmæssigt på vanlig vis i TV 2-vinduer, på tv2fyn.dk – og med "Danmark Rundt" på 24-timers kanalen.
- **August:** En arbejdsgruppe på i alt 20 medarbejdere er i tre dage samlet i Cortex Park, som er Videnbyen Odenses konferencecenter, for konkret at udmønte de tre første strategiprojekter til igangsætning. Samtidig dækkes augusts mange kulturfestivaler – Odense Film Festival, "Svend"-fest i Svendborg etc. – med elementer fra den nye strategi. Ikke mindst tværgående dækning til alle TV 2/FYNS medieplatforme.
- **September:** Praktisk forarbejde til de tre strategiprojekter: Undervisning, dummyforløb og tilrettelæggelse af oktober-decembers intro-forløb kommer på plads. En gruppe på 12 mellemledere – redaktører, producere etc. – er samlet i et døgn på TV 2/FYNS eget "ledelsesakademi" for at forberede sig på de kommende strategimåneder. Underviser på akademiet er den erfarne medie-ledelseskonsulent Klaus Henriksen, der har kørt ledelsesakademiet siden dets start i 2015. Erhvervsjournalist Kristian Wraae begynder, og dermed er TV 2/FYNS Business-redaktion komplet. Samtidig testes strategiprojekterne konkret med fire timers live-sending fra Fyens Stiftstidendes "Fynske Folkemøde" – i tæt samarbejde med arrangørerne.
- **Oktober:** TV 2/FYN vinder – i samarbejde med den eksterne producent, STV – opgaven at levere et nyt reportage-præget program til alle TV 2-regioner i både 2017 og 2018. "Sådanmark" bliver titlen, der skal afløse "Danmark Rundt", som i mange år har bygget på TV 2-regionernes klip. De to første strategiprojekter – "Nyheder fra morgen til aften" og "Journalistik på alle platforme" sættes i gang, og brugere på både tv2fyn.dk og Facebook kvitterer i den første måned med en kraftig stigning i den digitale trafik. TV 2/FYN (og TV2 NORD) vælger TV 2/Nyhedernes Christiansborg-redaktion som ny leverandør af journalistik fra Folketinget i stedet for TV ØSY, som selv har ønsket at stoppe med sin "Xborg"-redaktion. Senere følger fem andre TV 2-regioner med i aftalen, der går i gang pr. 1. april 2017.
- **November:** Premieredag 15. november på "17til20", som er et tre timers dagligt, samlet nyhedsshow på 24-timers kanalen. Det sendes fra TV 2/FYNS nyrenoverede studie i redaktionen og har blandt andet to værter og nye grafiskskærme til at præsentere nyhedsshowet. "17til20" er det tredje strategiprojekt, der igangsættes i løbet af efteråret. TV 2/FYN arrangerer i samarbejde med TV 2/Nyhederne en fælles workshop for cirka 30 digitale redaktører i journalistik til digitale platforme. Målet er at finde praktiske veje til at få mere fart i den daglige, digitale udveksling mellem de otte TV 2-regioner og tv2.dk ud fra den publicistiske vision "Fra hele Danmark – til hele Danmark". To nyansatte journalister,

Mie Flyttov og Sune Jørgensen med kompetencer inden for digitale og sociale medier, begynder, og dermed er TV 2/FYNs digitale desk-team komplet.

- **December:** Et forsøg med Ritzau, hvor TV 2/FYN som den første, danske tv-station leverer nyhedsklip som supplement til de traditionelle citathistorier, gøres nu permanent fra 1. januar 2017. Det publicistiske mål er at få TV 2/FYNs journalistik ud til seere via Danmarks nationale nyhedsbureau. Seks af de syv andre TV 2-regioner, der har fulgt forsøget, går med i aftalen. De tre første strategiprojekter evalueres grundigt af alle medarbejdere og ledelse. Overordnet er der generel tilfredshed og stolthed over resultaterne, og det besluttes, at første kvartal i 2017 primært skal bruges til at finde ro, rutiner og regelmæssighed i arbejdsgange, før 2017s strategiprojekter sættes i gang i 2. og 3. kvartal.

Målgruppe

TV 2/FYNs målgruppe er defineret som alle voksne indbyggere i dækningsområdet. Som det ses under punktet "Geografi" i denne redegørelse vil TV 2/FYN afspejle livet og virkeligheden for alle Fyns indbyggere, uanset hvor de bor.

TV 2/FYNs samlede programindhold – især med 24-timers kanalen, tv2fyn.dk og nu Facebook – er dermed dækket ind med relevant indhold.

I forbindelse med strategiarbejdet på stationen differentierer TV 2/FYN nu i højere grad sit indhold mod forskellige målgrupper. Gennemsnitsalderen for en seer i TV 2-vinduerne er for eksempel cirka 58 år, mens brugerne på tv2fyn.dk er yngre, og på Facebook endnu yngre. Generelt er al TV 2/FYN-journalistik rettet mod den samfundsinteresserede borger, der aktivt søger viden og indhold fra regionen, der understøtter det nære demokrati og deltagelse i dette.

TV 2/FYNs generelle målgrupper er blevet snævret ind i denne forbindelse: De politisk interesserede fynboer og de kulturelt interesserede, som får journalistik fra TV 2/FYNs første fagredaktioner: Politik og Kultur. I 2016 oprettedes en tredje fagredaktion, TV 2/FYN Business, hvor specialiserede journalister nu dækker erhvervs- og arbejdsmarkedsstof i den fynske region.

TV 2/FYN har i 2015 ikke udviklet programmer eller nyhedsindslag specifikt til børn og unge, men der har imidlertid været en stribe programmer – for eksempel konkurrenceprogrammet "Smart, Parat, Svar", der er arrangeret i samarbejde med de danske biblioteker – rettet mod denne målgruppe. Også underholdningssatsningen Tinderbox var bevidst rettet mod en yngre målgruppe.

I 2017 vil TV 2/FYN medtænke børn og unge i et af de tre strategiprojekter, som sættes i gang i dette år. Konkret vil der blive arbejdet med et "Unge stemmer"-projekt, som både skal løfte stemmedeltagelsen blandt førstegangsvælgere ved kommunalvalget i november, og som samtidig skal give TV 2/FYN viden om, hvordan man via digitale og sociale platforme kan nå de yngre målgrupper.

Samarbejde med eksterne partnere

TV 2 DANMARK

I henhold til public service-kontraktens bestemmelse herom blev der 15. april 2010 indgået en aftale mellem TV 2 DANMARK og de regionale TV 2-virksomheder om priser og betingelser for leverancer mellem parterne.

Hver formiddag holdes et telefonmøde mellem nyhedsredaktøren på TV 2/Nyhederne og de otte regionale redaktører. Endvidere udveksles der dagslister, hvor dagens nyheder beskrives.

TV 2/FYN og TV 2/Nyhederne har hjemsted i den samme by, Odense, og derfor er nyhedsleverancer fra TV 2/FYN til TV 2 DANMARK naturligt nok på et lavere niveau end fra regionale tv-stationer andetsteds i landet. TV 2/FYN har dog en klar ambition om i højere grad at være en løbende samarbejdspartner med den landsdækkende tv-station, så nyheder og programmer fra den fynske region deles med det øvrige land. Dette ønske deles af TV 2 DANMARK, der også i 2016 fortsatte deres velvilje over for støtte, deling af knowhow og opbakning til TV 2/FYNs redefinerede nyhedslinje.

I løbet af året var TV 2/FYN således aktiv i rollen for at få styrket det fornyede samarbejde mellem alle TV 2-regioner og TV 2 DANMARK. Det skete via deltagelse i digitalt udvekslingsforsøg i foråret, ved at pege på TV 2/Nyhedernes Christiansborg-redaktion til ny samarbejdspartner på det politiske stof fra Folketinget og ved aktivt at fremme den publicistiske vision, "Fra hele Danmark – til hele Danmark", som TV 2s og alle TV 2-regioners direktioner og bestyrelser i november 2015 nikkede til.

I 2016 har dette udmøntet sig i:

- At TV 2/FYN fortsat har trænet sine nyhedsværter med TV 2s studieværtscoach.
- At TV 2/FYN har fortsat det designmæssige samarbejde med TV 2, som blev sat i gang i 2013, hvor TV 2/FYN implementerede samme nyhedsgrafik som TV 2/Nyhederne.
- At TV 2/FYN i november sammen med TV 2/Nyhederne arrangerede en fælles, digital workshop for alle otte TV 2-regioner.
- At TV 2/FYN deltog i digitalt forårsforsøg, som senere kom til at omfatte alle TV 2-regioner, sammen med TV2 NORD, TV SYD, TV 2/BORNHOLM og TV 2/Nyhederne.
- At TV 2/FYN i 2015 – med "TV 2/FYN Nyhedskanalen" – fortsatte med at levere mange flere live-gennemstillinger til TV 2 News end i alle årene før.
- At TV 2/FYN sammen med de øvrige TV 2-regioner nu har en kontraktlig aftale med TV 2 om juridisk assistance i medieret etc.

Det nære samarbejde med TV 2 DANMARK, der i høj grad baserer sig på tillid og samarbejde mellem både ledelserne og de enkelte medarbejdere, vil fortsætte i samme spor i 2017, for det er TV 2/FYNs ambition at dele centrale, fynske nyhedshistorier med resten af landet via TV 2/Nyhedernes landsdækkende udsendelser, TV 2 News' gennemslagskraft og tv2.dk's brede dækning på mobile

platforme. Indtægterne for salg til TV 2 DANMARK udgjorde i 2016 i alt kr. 350.811 for programmer og indslag.

Danmarks Radio

Som public service-tv-station er der naturlige samarbejdsformer mellem TV 2/FYN og Danmarks Radios regionalradio, DR Fyn. Dette understøttes også af rapporten vedrørende regionalt samarbejde mellem DRs distrikter og de regionale TV 2-virksomheder for nogle år siden – og befolkningens forventning om at samarbejde, hvor det styrker den fynske region.

Samarbejdet med DR er fortsat i 2016:

På nyhedskanalen TV 2/FYN har P4 Fyns trafikmeldinger fra begyndelsen været en fast del af konceptet i 2016. Hver eftermiddag er der en direkte gennemstilling til DR Fyns trafikstudie, hvor radiostationens daglige trafikvært giver en kort, direkte og topaktuel melding om trafikken på de fynske veje denne eftermiddag. Det sker få minutter før, samme vært giver samme melding til radiolytterne i det fynske område. Med nyhedsshowet "17til20"s lancering i november gled trafikmeldingerne foreløbigt ud.

I samme ånd har P4 Fyn og TV 2/FYN aftalt, at vi deler citater med hinanden – lydbidder fra DR til TV 2/FYN og vice versa – når det er fornuftigt. Eksempelvis har P4s morgenredaktion til sin første udsendelse kl. 5.30 af og til behov for en kommentar fra aftenen før, hvor en kilde til TV 2/FYNs aftenudsendelse har udtalt sig til en aktuel sag.

TV 2/FYN og P4 Fyn har begge ønsker om også i 2017 at fortsætte det nære samarbejde mellem de to public service-stationer i regionen. Ikke mindst i forbindelse med kommunalvalget i november.

Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis

TV 2/FYN har fortsat et tæt samarbejde med regionens tredje centrale regionale medieaktør, Jysk Fynske Medier, som blandt andet udgiver dagbladene Fyens Stiftstidende, Fyns Amts Avis og websitet fyens.dk.

På trods af den til tider ophidsede debat, hvor især dagbladenes organisationer, fejlagtigt forsøger at påvise en sammenhæng mellem avisernes tilbagegang og public service-mediernes online-tjenester, samarbejder TV 2/FYN, DR Fyn og Jysk Fynske Medier hver gang, at det er fornuftigt for parterne – og for det fynske samfund.

Samarbejdet med Jysk Fynske Medier bygger på gensidig tillid, respekt og fælles forståelse for hinandens forskelligheder og udfordringer som henholdsvis en licensfinansieret regionalstation og en mediekoncern, der opererer på kommercielle vilkår. Der er enighed hos begge parter om, at skarp, journalistisk konkurrence i det daglige er en sund kappestrid – og at det godt kan kombineres med fornuftige samarbejdsprojekter ved siden af.

For eksempel var TV 2/FYN i januar atter mediepartner og medarrangør af "Sportslørdag", den største, folkelige sportsevent på Fyn – sammen med Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis, Udvikling

Fyn og en stribe fynske kommuner. Og i løbet af 2016, hvor TV 2/FYNs nyhedskanal blev etableret, er der nu etableret en stående praksis med, at fyens.dk kan live-streame et direkte signal fra TV 2/FYN, når Jysk Fynske Mediers redaktion ønsker det.

I samme ånd spottede TV 2/FYN i foråret mandag-torsdag i 22.27-udsendelsen på TV 2 morgendagens tophistorier fra Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis, ligesom telegramhistorier fra avis-koncernen dagligt – og med tydelig afsender i form af logo – flettes ind i den såkaldte nyhedsticker i bunden af skærmen på nyhedskanalen TV 2/FYN. Og da Fyens Stiftstidende arrangerede sit eget ”Fynske Folkemøde” i september sendte TV 2/FYN live i fire timer fra avis-koncernens mediehus i det centrale Odense.

I 2017 vil samarbejdet fortsætte på et øget niveau, især i forbindelse med dækningen af kommunalvalget i november.

Ritzau

For at udvikle nye muligheder for at få TV 2/FYNs nyhedsjournalistik ud på andre platforme end stationens egne har der siden 2015 været en testperiode for et forsøg med nyhedsbureauet Ritzau. Ritzau oplever fra både traditionelle nyhedsmedier og bureauets mere specialiserede kunder et stigende behov for video-nyheder til online-platforme.

Derfor besluttede Ritzau og TV 2/FYN i februar at sætte et forsøg i gang, hvor de traditionelle ”citathistorier” blev suppleret med videoklip. Forsøget krævede både teknisk strømning, tilrettelæggelse af arbejdsrytme og fælles forståelse på både Ritzaus og TV 2/FYNs redaktion. I efteråret blev Ritzau og TV 2/FYN enige om at gøre forsøget permanent, og inden nytår var seks andre TV 2-regioner gået med i det nye projekt, som officielt trådte i kraft pr. 1. januar 2017.

De regionale TV 2-virksomheder: Indhold

Indholdsmæssigt var TV 2/FYN også i 2016 tæt involveret med de øvrige TV 2-regioner via produktionen af ”Danmark Rundt”, som p.t. er det eneste fælles program, der sendes på samtlige otte regionale 24-timers kanaler. TV 2/Østjylland producerede for alle regioner frem til januar 2017, hvorefter TV 2/FYN i en ny konstruktion overtog det fællesregionale program, ”Sådanmark”, med STV som ekstern producent.

På Folkemødet 2016 på Bornholm samarbejdede seks regioner dels om et dagligt, regionalt magasin sendt fra TV 2/BORNHOLMs studie og dels om direkte transmissioner fra de mange telte med debatter om sundhedspolitik og regionalpolitik.

Seks regioner, herunder TV 2/FYN, har også samarbejdet om videns-quizen for 6. klasser, ”Smart, Parat, Svar”, hvor finalen fandt sted i 2016. Endelig har TV 2/FYN og TV SYD i det daglige et tæt nyhedssamarbejde – ikke mindst i forhold til Region Syddanmark.

Med lanceringen af ”Nyhedskanalen TV 2/FYN”, der udelukkende baserer sig på regionalt stof fra den fynske region, er det blevet vanskeligere at udveksle tidløse programmer med andre TV 2-

regioner. I stedet vil TV 2/FYN og de andre TV 2-regioner derfor koncentrere indsatsen om så meget fælles, redaktionelt udviklingsarbejde som muligt i forbindelse med kommunalvalget i november – og ikke mindst et ambitiøst projekt om ”Unge Stemmer 17”, der skal højne stemmedeltagelsen blandt unge vælgere til valget.

De regionale TV 2-virksomheder: Øvrigt samarbejde

TV 2-regionerne samarbejder via Foreningen af TV 2-regioner om mange anliggender af fælles interesse. Dette samarbejde er yderligere blevet styrket undervejs i arbejdet med den omfattende redegørelse, der i december 2013 blev afleveret til Kulturministeriet om nye samarbejdsmuligheder, især inden for teknik, økonomi og administration.

Efter den gennemførte udredning er der sket en lang række konkrete og håndgribelige tiltag, som har styrket alle TV 2-regioner, inklusive TV 2/FYN. Både økonomisk og i form af løftet kvalitet via standardisering og deling af knowhow. Herunder er en opstilling af de væsentligste samarbejdsprojekter i 2016:

- **Fælles administrative systemer**

Der er syv regioner, der fortsat anvender firmaet Agidon som fælles IT-leverandør af økonomisystemet Microsoft Dynamic NAV. I foråret 2016 blev der afholdt fælleskurser for det administrative personale i alle TV 2-regionerne hos TV 2/FYN i Lessor Løn, Finans samt rapporteringsværktøjet NC Cube. De samme syv regioner anvender tillige vagtplanlægningssystemet Farmers Wife, hvor der årligt afholdes fælles kurser, hvilket sidst blev afholdt i Holstebro hos TV MIDTVEST. Der er etableret integration mellem finanssystemet Microsoft Dynamic NAV/Lessor Løn samt planlægningsværktøjet Farmers Wife for automatisk udveksling af data.

På baggrund af Rigsrevisions undersøgelse og kulturministerens svar til statsrevisorerne bliver der i 2017 arbejdet på udarbejdelse af fremtidig fælles/ensartet regnskabsrapportering med virkning for Årsrapporten for 2017, således at benchmark mellem alle otte regioner i fremtiden bliver mere optimal.

Det er ligeledes aftalt, at fremtidige fællesregionale projekter bliver behandlet administrativt og regnskabsmæssigt ens. Det vil være den region, der står for det samlede projekt, der afgør den fælles administrative struktur og regnskabsmæssige behandling.

- **Fællesregional online-plattform**

TV 2/FYN er en del af den fællesregionale onlineplatform, som i dag består af i alt syv TV 2-regioner (TV SYD, TV MIDTVEST, TV 2/FYN, TV2 NORD, TV 2/ Lorry, TV ØST og TV 2/Østjylland).

Platformen blev etableret af fire regioner i 2015 og med tilslutning af yderligere tre regioner i første halvår af 2016, har platformen udviklet sig til det hidtil mest omfattende udviklings- og driftssamarbejde mellem TV 2-regionerne.

2016 var året, hvor den nye digitale platform blev stabiliseret ovenpå alle lanceringerne af de nye hjemmesider. Fra begyndelsen har der været lagt vægt på at samle regionerne om en stabil kerne, der har potentiale til at bære regionerne ind i en digital fremtid med høj kvalitet og mulighed for at imødegå de høje krav, brugerne i dag stiller til formidling af indhold online.

Derfor var der i 2016 behov for at tilpasse og udbygge fundamentet med en række funktioner, der understøtter den stærke kerne på platformen. Det drejer sig bl.a. om forfinet søgefunktion, optimering af SEO, udvikling af AMP-artikler, udvikling af nyhedsbreve, liveblog, partnerskabskabeloner, Podcast samt diverse redskaber, der er i stand til at dække de forskelligartede behov, der findes hos de forskellige regioner.

Alle tiltag på platformen bliver udviklet generisk, så TV 2-regionerne trods deres forskellighed hele tiden er samlet om én platform med én kode og én snitflade til alle eksterne samarbejdspartnere og services. Netop dette har gjort det muligt for TV 2-regionerne at opnå en kvalitet i løsningerne, der ellers ville være uden for rækkevidde.

I samarbejdet omkring den fællesregionale onlineplatform indgår også statistik, som spænder fra udvikling af dashboards og monitorering af realtime-trafik som redskab til redaktionelle prioriteringer på dagen - til kvartalsrapporter med mere langsigtet strategisk perspektiv.

Aftaler med foto- og musiktjenester er blevet fornyet og tilpasset den nye digitale virkelighed. Brug af tredjepartstjenester til sociale medier og øvrige digitale aktiviteter koordineres og samles i det omfang, det er relevant på tværs af regionerne. Det gælder også brug af Ritzaus videotjeneste, hvor TV 2-regionerne i dag stiller videoindhold til rådighed for private medier.

I slutningen af 2016 blev der sat gang i udviklingen af nye nyhedsapps. Disse vil blive lanceret i første halvår af 2017 og skal bidrage til at imødegå brugernes stigende krav til personificering af indholdet. Der blev ligeledes sat gang i udviklingen af et nyt valgunivers, der skal danne ramme om den hidtil stærkeste kommunalvalgsdækning i november 2017.

Organisatorisk ændrede projektledelsen i 2016 karakter fra at være en etablerende enhed til at blive en mere regulær driftsafdeling. Det omfattende samarbejde er organiseret med en projektledelse, der er ansvarlig for såvel udvikling som budget på alle deltagende regioners vegne. Projektledelsen holder månedlige udviklingsmøder med repræsentanter fra alle deltagende regioner (udviklingsgruppen) og tilsvarende med repræsentanter fra direktørkredsen for at sikre, at alle regioners interesser bliver varetaget optimalt.

Udviklingen i samarbejdet har medført, at der pr. 1. januar 2017 vil blive ansat en digital udviklingschef på fuld tid som ansvarlig for platformen og det tilhørende samarbejde.

- **Efteruddannelse**

TV 2/FYN deltager flittigt i de efteruddannelseskurser, der kan etableres på tværs af regionerne. I forbindelse med den fælles online-platform blev der i april holdt en fælles digital workshop for op

imod 40 medarbejdere. Og senere på året blev dette udvidet med to workshopdage, som TV 2/FYN arrangerede sammen med TV 2 for alle otte TV 2-regioner og TV 2 DANMARK.

Samtidig deltog medarbejdere fra TV 2/FYN både i TV 2s årlige sommerworkshop i juni og på et tværregionalt storytelling-kursus, som TV ØST og TV MIDTVEST arrangerede i efteråret.

- **Telefoni**

TV 2/FYN deltog sammen med TV 2 DANMARK i et fælles udbud af telefoni (mobil, fastnet og hjemmearbejdspladser), som trådte i kraft i 2015. Resultatet var væsentligt lavere priser på alle kategorier, og aftalen løb fortsat i 2016.

- **Entrepriseproduktioner**

TV 2/FYN tog i 2015 det sidste strategiske skridt i en forandringsproces fra 2012 om at udvikle sig til "en ambitiøs nyhedsstation". Det skete med relanceringen af 24-timers kanalen som Danmarks første regionale nyhedsstation, som på alle hverdage sendte nyheder og aktualitet fra kl. 14.00-20.00 – med nyhedsudsendelserne i TV 2-vinduerne integreret.

Indholdslinjen var dermed meget enkel. Al egenproduceret indhold fra TV 2/FYNs redaktion skal opfylde selve formålsparagraffen i public service-kontrakten, som lyder:

TV 2/FYN skal producere nyheds- og aktualitetsprogrammer omfattende kultur, oplysning og underholdning samt nyheds- og aktualitetstjenester.

Med relanceringen af 24-timers kanalen i 2015 sagde TV 2/FYN dermed endegyldigt farvel til de bløde, tidløse featureprogrammer – om hus, haver, hobbies, mad etc. – som tidligere havde været en væsentlig del af både kanalfladen og sidste halvdel af 19.30-udsendelserne.

I 2016 blev denne linje helt integreret i TV 2/FYNs samlede strategi for 2016-2018.

Der er to årsager til dette:

1. Et helt bevidst mål om så konkret som muligt at opfylde selve formålet med public service: At levere nyheder og aktualitet – med kultur, oplysning og underholdning – flettet helt naturligt ind i alle udsendelser på tv og i alt indhold online.
2. En strategisk bestyrelsesbeslutning fra 2012 om i højere grad at sætte dagsordenen og skabe debat på Fyn.

Det er lykkedes. I en meningsundersøgelse, som TV 2/FYN fik foretaget i marts 2016, opfatter fynboerne nu TV 2/FYN ubetinget som det nyhedsførende og meningsdannende mediehus på Fyn. I modsætning til 2012, hvor TV-Avisen, TV 2 Nyhederne og Fyens Stiftstidende/Fyens Amts Avis var foran på disse områder.

Denne indkredsning af indholdet betegner vi internt på TV 2/FYN som *public service classic* – og denne retning har i øvrigt dannet bund for hele TV 2/FYNs fornyede "Strategi 2016-2018".

Den fornyede og TV 2 News-inspirerede flade på 24-timers kanalen betød, at TV 2/FYN i 2016 på alle hverdage fletter både nyheder og aktualitetsbårne live-indslag sammen i en sammenhængende *flow news*-flade, som minder meget om TV 2 News på nationalt plan.

Konkret er eftermiddagsfladen bygget op af en nyhedsoversigt på ca. 10 minutter kl. hel og kl. halv fra kl. 14.00. Derefter veksles der mellem live-interviews med aktuelle gæster i studiet, direkte indslag fra reportere i marken og ofte en længere live-sending fra dagens mest interessante, fynske begivenhed.

I løbet af eftermiddagen klippes nogle af de tidlige interviews ned og ”repakketeres” i nye formater – for eksempel med flere kommentarer i form af gæster eller nye lives fra marken. Sidst på dagen – kl. 19.30 i hovedudsendelsen og igen kl. 22.27 på TV 2 – bliver et udvalg af dagens klip, indslag, kommentarer fra 24-timers kanalen integreret i nyhedsvinduerne. Nedklip af dagens nyheds- og aktualitetsproduktion bliver udgivet som videoklip, suppleret af telegramtekst, til tv2fyn.dk.

Opdelingen i ”nyhedsudsendelser” og ”programmer” eksisterer dermed i praksis ikke længere på kanalen.

Eneste faste undtagelse i 2016 er det tværregionale ”Danmark Rundt”, som TV 2/Østjylland igennem året producerede på vegne af alle otte TV 2-regioner. Indholdet her var i øvrigt også nyheds- og aktualitetsstof, indtil programmet blev nedlagt fra januar 2017 – og erstattet af ”Sådanmark”, som i øvrigt nu fremover bliver leveret af den eksterne producent, STV.

Indholdet på kanalen er altså *både* ”nyheder” og ”aktualitet”. Plus det indhold, der lægger sig midt imellem disse definitioner, jf. Radio- og tv-nævnets enkle og i øvrigt godt dækkende betegnelser:

- *Nyheder: Oversigtsudsendelser i formatet bulletiner omhandlende nyheder af alle emner, udvalgt efter journalistisk vurdering, inklusive trafik, vejr og sport.*
- *Aktualitet: Programmer i formaterne bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer. Aktualitetsprogrammerne skal indholdsmæssigt omfatte samfundsmæssig information.*

Da ”TV 2/FYN er uafhængig af økonomiske, kommercielle og politiske interesser”, som der står i allerførste sætning i formålsparagraffen i public service-kontrakten, leveres nyheds- og aktualitetsindholdet af TV 2/FYNs egen redaktion – og altså ikke af ”øvrige producenter”. Uafhængig og fri journalistik skal leveres af en uafhængig og fri redaktion uden nogen former for kommercielle interesser.

Derfor producerer hele TV 2/FYNs redaktion i dag nyheder og aktualitet. De medarbejdere, der tidligere lavede ”programmer”, er enten omskolet eller stoppet på TV 2/FYN. Vi har ganske enkelt ikke disse programformater længere og vil heller ikke få dem igen.

I 2016 medførte denne ”rene” nyheds- og aktualitetslinje, at der ikke længere blev sendt ”ikke-nyheder” eller ”ikke-aktualitets-programmer på TV 2/FYN. Hvor der i sommeren 2015 var behov for

enkelte, tidløse programmer, blev nyhedsdækningen i 2016 total og dækket af TV 2/FYNs egen redaktion.

Satsningen på nyheder og aktualitet kom i praksis til at omfatte en lang række begivenheder – både på Fyn og udenfor – hvor 24-timers kanalen kunne bruges som en nyhedskanal, mens tingene foregik. Dette koncept, der altid skal aktualiseres og ”fynificeres” med TV 2/FYNs reportere på plads, blev foldet ud på eksempelvis live-dækningen af:

- Finale i ”Smart, Parat, Svar” i Aarhus (i samarbejde med TV 2/Østjylland og øvrige regioner)
- DM i Skills i Fredericia i februar (i samarbejde med TV SYD og øvrige regioner)
- Heartland på Egeskov Slot i juni (i samarbejde med Zibra)
- Folkemødet på Bornholm i juni (i samarbejde med TV 2/Bornholm og øvrige regioner)
- Tinderbox i juni (i samarbejde med STV)
- Landsskuet i Herning i juli (i samarbejde med TV MIDTVEST og øvrige regioner)
- Kulturmødet på Mors i august (i samarbejde med TV MIDTVEST og øvrige regioner)
- Svend-fest i Svendborg i august (TV 2/FYNs kulturredaktion)
- Folketingets åbning i oktober (TV 2/FYNs politiske redaktion).

Det betød dog ikke, at TV 2/FYN ikke samarbejdede med eksterne producenter: I forbindelse med de massive live-dækninger af de to store kulturfestivaler, Heartland og Tinderbox, leverede produktionsselskaberne Zibra og STV hver sit transmissionsfeed fra scenerne, som blev mixet sammen med TV 2/FYNs egne reportere og værter i marken fra de fremskudte studier, der var stillet op.

Public service-kontraktens krav om ”underholdning” er dækket ind af 2016-sommerens dækning af blandt andet Heartland, Tinderbox og Svend-fest.

Med 2016s 100 procent rendyrkede ”public service classic”-linje har TV 2/FYN i 2016 dermed opfyldt public service-kontraktens krav om at udlægge op til en tredjedel af ”ikke nyheds- og aktualitetsprogrammer” til eksterne producenter. Da vi ikke har den type programmer længere, kan der selvsagt ikke tilstræbes køb for ”mindst en tredjedel” hos eksterne producenter.

Dialog med de uafhængige producenter: ”Producenternes dag” og ”pitchdag”

I henhold til public service-kontrakten har TV 2/FYN afholdt både ”Producenternes Dag” og ”pitchdag” i 2016. ”Producenternes dag” blev afholdt 21. september, og ”pitch-dagen” den 21. november. Invitationen blev sendt ud til en lang række eksterne tv-producenter i det fynske produktionsmiljø og i alt mødte fire producenter op på Producenternes dag.

På mødet blev TV 2/FYNs nye strategi og overordnede nyhedslinje præsenteret og planerne om en fornyelse af både 24-timers kanalens nyhedsshow, ”17til20”, og flermedialiteten på forskellige platforme. Samtidig blev TV 2/FYNs overordnede rammer for forventninger til ideer og programmer fra eksterne producenter defineret:

- TV, som TV 2/FYN ikke selv kan lave
- TV, som er billigere, end TV 2/FYN selv kan lave
- TV, som er bedre, end TV 2/FYN selv kan lave
- TV, som TV 2/FYN ikke selv havde tænkt på at lave
- TV, som er aktuelt, væsentligt, debatskabende, direkte
- TV, som hænger sammen med TV 2/FYNs journalistiske linje
- TV, som er til gavn og værdi for Fyn og det fynske folk
- TV, som vi kan samarbejde om – og som TV 2/FYN kan lære af.

TV 2/FYNs markante og entydige satsning på public service classic-journalistik – og fravalget af tidløse, ”ikke-aktuelle” og ”ikke-nyhedsbaserede” programformater – betyder nye veje for samarbejdet med de eksterne producenter og TV 2/FYN.

På både Producenternes dag – og den efterfølgende pitch-dag – kom der gode bud på nye samarbejdsformer, og i den mellemliggende periode blev der etableret kontakt til en ekstern producent om fælles udvikling af et nyt koncept til afløsning af det tværregionale program, ”Danmark Rundt” – netop uden aktualitet og nyhedspræg, så dette ligger mere naturligt hos en ekstern producent samtidig med, at TV 2/FYNs egen stab kan fokusere på nyheds- og aktualitetsstof.

Det er fortsat TV 2/FYNs strategi at have et godt og tæt samarbejde med eksterne producenter for både at fastholde effektiviseringsfokus internt via nye og billigere produktionsmetoder og for at styrke det kreative tv-produktionsmiljø i den fynske region.

3. SPECIFIKKE PUBLIC SERVICE-FORPLIGTELSE

TV 2/FYN har samlet set et meget varieret og alsidigt indhold på sine platforme. Som det beskrives i dette afsnit, har TV 2/FYN en grundig nyhedsformidling, som drives efter klassiske, journalistiske principper – nu i tilrettet og redefineret form, som er beskrevet andetsteds i denne public service-redegørelse.

Nyheds- og aktualitetsprogrammer

TV 2/FYNs omfattende nyhedsdækning er beskrevet i afsnittet ”TV 2/FYNs nyhedsplatforme” under afsnit 7. ”Vinduer” i TV 2-sendebladen.

Beskyttelse af børn

TV 2/FYN er opmærksom på, at der kan være mange børn, der ser programmerne, specielt udsendelsen kl. 19.30.

Der vises ikke pornografiske billeder i programmerne, og TV 2/FYNs redaktionelle ledelse sikrer, at der ikke forekommer billeder, der kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling. I enkelte tilfælde advares der imod billeder, der kan virke voldsomme eller stødende.

Kunst og kultur

TV 2/FYN har siden 2013 haft en selvstændig fagredaktion med ansvar for dækningen af kulturområdet, og redaktionen er i dag en af de bærende bidragsydere til den daglige nyhedsproduktion på TV 2/FYN. Kulturredaktionen er bemandet med et fast team, der udelukkende har kunst og kultur som stofområde, og som i 2016 konkret har bestået af en fagredaktør, to journalister og en fotograf. Dertil har kulturredaktionen skiftende journalistpraktikanter tilknyttet.

Fagredaktionen arbejder med nyheder og aktualitet på samme måde som på de øvrige journalistiske stofområder. Det betyder, at dækningen af kulturområdet ikke kun er begivenheds- eller oplevelsesorienteret og rettet mod kunstarterne. Kulturdækningen er baseret på journalistiske nyhedskriterier, hvor samfundsrelevans og nyhedsværdi er bærende, og hvor der også stilles kritiske spørgsmål på vegne af borgerne.

Som konkrete eksempler på dette kan nævnes kulturredaktionens afdækning via kommunal aktindsigt af økonomisk rod i driften af Den Fynske Opera, afdækning af og debat om kønsfordelingen på musikfestivalen Tinderbox, debat om beskatning af egnsteatre og små storbyteatre, afdækning og perspektivering af den politiske strid om tilblivelsen af Odense Kommunes nye kultur- og konferencehus ODEON, afdækning og perspektivering af de store regionale forskelle i støtte fra Statens Kunstfond, debat om vilkår for freelance- og korttidsansatte kunstnere i forhold til offentlige arbejdsmarkedsydelse, afdækning af magtstrukturer omkring økonomien bag, og i en nogle tilfælde manglende politisk tilsyn med den regionale filmfond FilmFyn i Faaborg, de store forskelle i kommunernes økonomiske prioritering af kunst og kultur, samt formidling af debat om placeringer af kunst i det offentlige rum i Assens, Ringe, Bogense, Odense og andre steder.

I 2016 blev kulturredaktionens dækning udvidet markant med etablering af det ugentlige nyhedsmagasin Kulturambassadørerne, hvor TV 2/FYN har påtaget sig en aktiv rolle i kulturdebatten i tæt samarbejde med en række aktører, institutioner og kunstnere. Kulturambassadørerne samler hver fredag op på nyhedsstrømmen på kulturområdet, anbefaler fynske kulturoplevelser, og debatterer aktuelle kulturnyheder. Ambassadørerne er engagerede kulturpersoner fra den fynske region, de brænder for kunst og kultur, og tør sige deres ærlige mening.

Nyhedsmagasinet sendes direkte hver fredag på tv med en varighed på cirka 20 minutter, og formidles digitalt på web og Facebook. Det nye magasin har fra starten haft stor gennemslagskraft og opfylder fire væsentlige mål: Formidling af regionale kulturbegivenheder, inspiration via de to kulturambassadører, som repræsenterer hver sit fagområde og geografiske område, debat om aktuelle emner og problemstillinger på kulturområdet, samt samfundsmæssig perspektivering af udvalgte nyhedshistorier.

Kulturambassadørerne har betydet en yderligere styrkelse af TV 2/FYNs samarbejde med og bidrag til et meget stort og bredt funderet netværk af institutioner og enkeltpersoner i den fynske region,

konkret i forbindelse med magasinet eksempelvis Institut for Kulturvidenskab og Litteratur på Syddansk Universitet, Faaborg-Midtfyn Bibliotekerne, BaggaardTeatret i Svendborg, Museum Vestfyn i Assens, Kulturregion Fyn og mange andre institutioner, men også enkeltpersoner, debattører, kunstnere og private kulturaktører. Det nye netværk af TV 2/FYNs såkaldte kulturambassadører vokser hver uge i størrelse og med en stigende dynamisk energi.

Af konkrete emner, som er blevet debatteret og sat i perspektiv kan for eksempel nævnes de meget forskellige støttevilkår for kunst og kultur i København og provinsen, politiseret kulturformidling, brugen af ulønnet arbejdskraft i kulturinstitutioner, borgerinddragelse, kønsligestilling, samt kunst og kultur som vækstmotor.

I arbejdet med nyhedsmagasinet Kulturambassadørerne rammer TV 2/FYN i særlig grad public service-kravet om at styrke formidlingen af kunst og kultur, samt dækningen af kulturlivet i det regionale område. I forbindelse med styrkelsen kan der i øvrigt som ekstra gevinst konstateres en stigende interesse for at samarbejde med TV 2/FYN i forbindelse med offentlige borgermøder, debatmøder og lignende, hvor kulturredaktionens fagredaktør stilles til rådighed som ordstyrer, vært eller facilitator, og som medlem af diverse advisory boards, fagråd og lignende.

TV 2/FYN har i 2016 for første gang været aktiv deltager og formidler i forbindelse med Kulturmødet på Mors med reportager og debatter i samarbejde med de øvrige TV 2-regioner. På samme måde har TV 2/FYN med sin kulturredaktion bidraget til et fællesregionalt samarbejde om dækningen af den nationale begivenhed BogForum i København og den tilsvarende bogmesse i Horsens.

Som foregående år har TV 2/FYN også i det forløbne år været involveret i en lang række fynske kulturbegivenheder af stor offentlig interesse, både regionalt og nationalt, eksempelvis de store fynske festivaler Tinderbox Festival, Heartland Festival, H. C. Andersen Festivals, Spoken Word Festival, Harry Potter Festival, og Odense International Film Festival, hvor TV 2/FYN i forbindelse med den sidstnævnte påtager sig en særlig rolle ved at stå for uddelingen af en publikumspris.

Kulturredaktionen har også i 2016 dækket årets store tilbagevendende kulturprisuddelinger i regionen, herunder Den Fynske Kulturpris, filmprisen Svend, og de to internationale priser H. C. Andersen Prisen og H. C. Andersen Litterature Award.

Kulturstoffet er i det daglige en integreret del af TV 2/FYNs produktion af nyheder, og kulturredaktionen lever op til de samme produktionskrav som de to øvrige fagredaktioner, politik og business, herunder antallet af historier, og fordeling og versionering af nyhedshistorier til samtlige af TV 2/FYNs platforme.

I tabellen kan ses dækningen på tv, fordelt på de emne-tags, som alle historier bliver forsynet med. Heraf fremgår det med stor tydelighed, at kulturdækningen er stærkt prioriteret med i alt 503 tv-historier i 2016.

Kommune/område	Kultur	Politik	Samfund	112	Sport	Erhverv	Udd.	Trafik
Odense	237	164	168	177	206	100	54	22
Hele Fyn	41	51	55	46	36	45	8	31
Svendborg	55	37	50	27	60	18	9	7
Nyborg	31	17	19	35	6	12	3	10
Faaborg-Midtfyn	42	24	18	13	11	13	5	1
Nordfyn	17	19	18	28	9	17	4	
Kerteminde	31	24	7	6	10	13	4	5
Middelfart	22	8	20	13	9	13	5	8
Langeland	13	17	30	14	2	6	2	1
Assens	10	10	15	14	8	15	7	1
Syddanmark		57	3			9	2	
Ærø	4	7	4	4		5		1
I alt	503	435	407	377	357	266	103	87

Kulturdækningen vil fortsat have absolut topprioritet på TV 2/FYN, og vi arbejder til stadighed med at forbedre formidlingen af området, både i form af egne interne kvalitetsmål og strategiudviklingsprojekter, og via et løbende og endnu tættere samarbejde med kulturaktører, institutioner, politikere og andre interessenter, og ikke mindst med så stor grad af direkte inddragelse af borgerne i regionen som muligt.

Samarbejde om dækning af grænseområder

Ved kommunalreformen i 2007 blev TV 2/FYNs dækningsområde ikke påvirket. Der er nu ti fynske kommuner i det samme geografiske område – nemlig det tidligere Fyns Amt. Eneste ændring er, at Fyn nu er en del af Region Syddanmark, hvor regionsrådet har sit hovedsæde i Vejle, der geografisk hører under TV SYDs område.

Dækningen af eksempelvis regionalt stof foregår lejlighedsvis i samarbejde med TV SYD, men i praksis ofte hver for sig, fordi den journalistiske vinkling ofte tager hver sit geografiske afsæt for henholdsvis Fyn og Syd- og Sønderjylland.

I løbet af 2017 vil TV 2/FYN undersøge mulighederne for at få etableret en "fjernstudie"-forbindelse til Region Syddanmarks hovedkontor i Vejle, så regionens politikere og embedsfolk lettere og billigere kan blive en del af TV 2/FYN. Samme ambition havde vi sidste år, men nåede det ikke. Dermed kan opnås en mere løbende og kontinuerlig nyhedsdækning af regionsrådets møder i Region Syddanmark. Hvis dette kan gennemføres, er det selvkært også en teknisk og journalistisk mulighed, der vil blive koordineret med TV SYD. Her er det allerede aftalt, at Regionrådsvalget i november dækkes i fællesskab.

4. BETJENING AF HANDICAPPEDE

Tale til tekst

TV 2/FYN har siden 1. oktober 2010 givet seerne mulighed for at få tekster på skærmen, der gengiver, hvad der bliver sagt i 19.30-udsendelsen på alle hverdage. Funktionen er et tilbud specielt til hørehæmmede.

Tale-til-tekst er et talegenkendelsesprogram og er det samme, som anvendes på DR, TV 2 DANMARK og de øvrige TV 2-regioner.

Tale-til-tekst fungerer således, at en såkaldt respeaker simultant gentager ordene fra studievært og indslag. En computer oversætter respeakers tale til tekst, der udsendes som undertekster på tekst-tv side 399.

Gennem hele året er hovedudsendelsen kl. 19.30 blevet tekstet mandag-fredag. De få tilbagemeldinger, vi får på tale-til-tekst tilbuddet, er positive.

Talegenkendelsesprogrammet virker efter omstændighederne tilfredsstillende, men ikke uden fejl. Hver enkelt respeaker skal indtale op mod 70 timers tale, før talegenkendelsesprogrammet kan genkende respeakers stemme og udtale ordentligt, ligesom hver respeaker jævnligt skal opdatere programmet med nye navne, ord og vendinger.

På TV 2/FYN varetager fire eksterne respeakere funktionen på skift.

5. DANSK SPROG OG EUROPÆISKE PROGRAMMER

Sprogpolitik

Til stadighed arbejdes der med at holde fast i, at sproget er korrekt og dynamisk, sådan som det fremtræder på TV 2/FYNs to hovedplatforme, tv og internet. I det daglige er sprogbrugen altid genstand for efterkritik, og konstateres der for eksempel fejl på hjemmesidens tekstdel, rettes det omgående. I den løbende efterkritik af tv-indslagene er sproget hyppigt til debat, således at den sproglige bevidsthed fastholdes på et højt niveau. Også skriftlige fejl i "bundter" eller grafiske tekster arbejdes der løbende på at undgå, og punktet er til løbende efterkritik, så det høje niveau fastholdes.

Studieværterne er alle i fast træningsprogram med TV 2 DANMARKs værtscoach, hvor formidling af dansk sprog er et væsentligt punkt.

Europæiske programmer

Alle TV 2/FYNs programmer var i 2016 danske – og dermed europæiske. Som det fremgår af afsnittet om entreprisproduktioner i denne redegørelse, var alle TV 2/FYNs programmer i 2016 nyheds- og aktualitetsbaserede. Dermed opfylder TV 2/FYN som udgangspunkt public service-kontraktens krav, da vi ganske enkelt ikke har "ikke-nyheder", "ikke-sport", "ikke-konkurrencer" etc. i fladerne længere.

Ud over den rullende, daglige nyhedsdækning på TV 2/FYNs 24-timers kanal sendte TV 2/FYN desuden i alt godt 227 timers live-baseret eller "nyheds- eller aktualitets"-baseret stof på 24-timers kanalen. Dette var fra begivenheder som Heartland, Tinderbox, Folketingsåbning, Kulturmøde på Mors etc., som listet op under punktet "Entreprise". Plus det tværregionale "Danmark Rundt".

De fordelte sig således i 2016:

- "Danmark Rundt": 146,53 timer
- Live-dækning af events: 81,28 timer
- I alt: 227,81 timer

Ved Heartland- og Tinderbox-dækningen arbejdede TV 2/FYN tæt sammen med de eksterne producenter Zibra og STV, der leverede live-signaler fra scenerne på de to kulturbegivenheder, som i alt tog henholdsvis 18,1 timer (Heartland) og 33,33 timer (Tinderbox) på TV 2/FYNs flade, samlet 51,43 timer.

Selv om begge kulturbegivenheder altså var dækket på bedste nyheds- og aktualitetsvis – direkte, mens de foregik og tilsat nyhedsjournalistik undervejs – var måske 40 af de godt 51 timers festivaldækning leveret af de to eksterne producenter. Altså langt over den 10 procents grænse, som EU-kravene i public service-kontrakten tilstræber.

Dermed opfylder TV 2/FYN til fulde de europæiske krav i 2016.

I 2017 vil TV 2/FYN fortsat søge eksterne producenter ved lignende event-baserede live-dækninger. Og i øvrigt er det tværregionale program, "Danmark Rundt" nu lukket. Siden januar 2017 er det afløst af "Sådanmark", der produceres af den eksterne producent STV.

6. DIALOG MED BEFOLKNINGEN I REGIONEN

Repræsentantskabet

TV 2/FYNs repræsentantskab består af 37 medlemmer, der repræsenterer en lang række organisationer og foreninger, herunder også lytter- og seerorganisationer. Selv om der ikke længere lovmæssigt er krav herom, har TV 2/FYN og repræsentantskabet besluttet at fastholde funktionen som programråd.

Ved hvert møde er der programmæssige oplæg fra ledelsen med debatter til følge. Denne del af repræsentantskabets virksomhed er særdeles væsentlig og til gavnlig inspiration for programvirksomheden.

Ved møderne orienteres der i øvrigt om en række forhold vedrørende driften af TV 2/FYN.

Debat med befolkningen i regionen via sociale medier

Facebook og Twitter

TV 2/FYN er aktiv på de sociale medier og har egen profil på Facebook og Twitter.

På Facebook fordoblede TV 2/FYN næsten sin dialog: I 2013 var der over 5.500 fynboer, som havde "liked" stationen. I løbet af 2014 steg dette tal til godt 9.000. I 2015 nåede tallet næsten 17.000. Og i 2016 var tallet vokset til mere end 32.000.

Her bliver der dagligt lagt forskellige nyheder, opslag og efterlysninger ud, og mange fynboer kommer med tip, spørgsmål og redaktionelle henvendelser via Facebook. Desuden bliver Facebook flittigt brugt til debat og kommentarer mellem seerne.

På Twitter udsender TV 2/FYN dagligt tweets om både små og store fynske nyheder, og vi er i løbende dialog med et par tusinde "followers". På alle hverdage udsender TV 2/FYN desuden et gratis nyhedsbrev med nyheder og omtale af aftenens tv-program.

Facebook som platform for debat og dialog med den fynske befolkning var et centralt punkt i TV 2/FYNs nye strategi for 2016-2018, og udviklingen på de sociale medier vil blive udbygget i de kommende år.

Beredskab

TV 2/FYN investerede i 2014 i en brugt, kraftig dieselgenerator til nødsendinger ved strømsvigt. Generatoren blev købt af TV 2 DANMARK, der benyttede den som backup under klimatopmødet i København for nogle år siden. Generatoren kom i brug i januar 2016, hvor et overgravet kabel ude på vejen betød, at dieselgeneratoren i adskillige timer sørgede for normal drift på tv-stationen. Generatoren kan holde hele domicilet med strøm i op til ti timer uden optankning.

Klager

Klager over indslag eller programmer behandles altid af ledelsen på TV 2/FYN.

Der svares hurtigt på en klage, og det tilstræbes, at der etableres en dialog, som kan fjerne eventuelle misforståelser og som eventuelt kan udvirke en rettelse af faktuelle fejl og lignende. Klagerne bliver desuden informeret om muligheden for at indbringe deres klage for Pressenævnet.

TV 2/FYN får typisk 1-2 kritiske henvendelser om ugen. Enten fra borgere, der ringer eller skriver om en historie, som de mener, er vinklet forkert, har forkerte oplysninger eller ikke burde være bragt. Eller fra professionelle kilder, kommunikationsrådgivere og det politiske miljø, der ville have foretrukket en anden journalistik end den bragte.

Alle henvendelser tages seriøst, og alle klagerne får svar så hurtigt som muligt. TV 2/FYN tager gerne den løbende dialog med både private borgere og de mere professionelle interessenter. Som regel ender den kritiske henvendelse med en fin debat og en større forståelse hos begge parter.

TV 2/FYN oplever også i stigende grad kritik via kommentarfeltet på de sociale medier, og her bestræber vi os på at svare hurtigt og konkret, når det er nødvendigt. Hvilket som regel medfører en god respons fra borgeren, der dermed oplever, at der reageres sagligt på relevant kritik.

I 2016 havde TV 2/FYN én klagesag. Pressenævnet valgte ikke at udtale kritik af TV 2/FYN i den pågældende sag.

7. "VINDUER" I TV 2-SENDEFLADEN

Nyhedsåret 2016 på TV 2/FYN

2016 var året, hvor TV 2/FYN for alvor fik systematiseret den journalistiske linje, hvilket har resulteret i mere målrettet og grundigere kritisk journalistik.

Redaktionen blev i løbet af året udvidet med TV 2/FYNs tredje fagredaktion – TV 2/FYN Business. Sammen med *Politik* og *Kultur* udgør de tre redaktioner nu den redaktionelle ryggrad på TV 2/FYN. Hver dag arbejder fagredaktionerne sammen på tværs – og med de live-reportere, digital desk, nyhedsredaktører, producere, fotografer og værter, som skal løfte journalistikken i hele processen fra research til publicering. Og ikke blot publicering til tv.

Det største projekt i 2016 var TV 2/FYNs nye strategi, der havde det klare formål at koble mediehusets fire platforme sammen til en fælles nyhedsmaskine. Mens de foregående år har været fokuseret på det tv-mæssige output, så blev 2016 året, hvor den digitale indsats for alvor fik fokus. Journalistik fra TV 2/FYN udkommer nu på tværs af hjemmeside, TV 2-vinduer, TV 2/FYN Nyhedskanalen og Facebook for dermed at ramme fynboerne, der hvor de er.

Dermed er alle historier nu tilgængelige for ethvert publikum på enhver platform. I forskellige versioner og ofte på forskellige tidspunkter – typisk først på web og kanal og siden redigeret og versioneret til TV 2-vinduer og Facebook.

Nyhedshistorier fra 2016

TV 2/FYN har haft mange, store historier i løbet af året. Blandt de største har været:

- Ambulanceselskabet BIOS' konkurs.
- Afsløring af Langeland Kommunes manglende evne til at drive asylcentre.
- Kritisk gennemgang af sponsorater fra Odense Kommune til Tinderbox Festivalen.
- Dobbelt drab på Langeland og drab i Svendborg.
- Betonklodsdrab på den fynske motorvej.
- Vådområder på Nordfyn mod borgernes ønske.
- Den verserende bandekonflikt i Odense.
- Flere dokumentarserier - blandt andet om fiskerne i Bagenkop og livet på småøerne.
- Flere webdocs – blandt andet om Langelandsfiskerne og om letbanen i Odense.

Nye formater

Med den nye strategi fik TV 2/FYN en lang række nye værktøjer til fortælling af de store og mere komplicerede historier.

Sagen om BIOS blev fortalt på klassisk vis på tv-plattformene. Aktindsigter og et grundigt kildenetværk kastede klassiske historier af sig, men via de digitale platforme fik brugerne både tidslinjer, faktabokse og overblikfortællinger, der gav historierne et ekstra lag.

TV 2/FYN havde i 2016 også premiere på formatet webdoc. *"Fiskerne der forsvandt"* var første skud på stammen. Her blev historien om det pressede fiskerierhverv fortalt gennem klassiske nyhedsindslag og artikler, mens den fulde historie blev formidlet i en flot produceret webdoc. Samme format blev benyttet til en grundig historie om den nye letbane i Odense. Gennemgang af rapporter og beslutningsnotater viste, at mange af de anbefalede tiltag i forbindelse med letbanens etablering var direkte kopieret fra en amerikansk rapport uden videre spørgsmål. Historien har ført til, at forvaltningen i Odense Kommune nu skal redegøre for hele processen.

Årets største nyhedshistorier

Den største i 2016 var uden tvivl TV 2/FYNs afsløring af forholdene på de asylcentre, der blev drevet af Langeland Kommune. Gennem en række historier dokumenterede TV 2/FYN svigt, regelbrud og mistillid til ledelsen, hvilket i sidste ende førte til, at Langeland Kommune blev fyret som operatør af Udlændingestyrelsen. Historien rullede over en længere periode, hvor flere andre medier også deltog i dækningen. Det medførte for TV 2/FYNs vedkommende et godt, givende og blivende samarbejde med Radio24syv, som også fulgte sagen tæt.

Uden for den normale nyhedsdækning satsede TV 2/Fyn også i 2016 stort på det fynske kulturlivs nye bidrag. Heartland festivalen blev dækket grundigt og med fremskudt studie, ligesom Tinderbox 2016 blev den største unikke satsning for TV 2/FYN. Stort set samtlige medarbejdere var med i tre dages massiv dækning til både tv, web og facebook. Et unikt digitalt univers blev opbygget på *tinderbox16live.dk*, hvor brugerne løbende fik tips og tricks til festivallivet, kunne læse anmeldelser, se eller gense koncerter, møde arrangører, kunstnere og almindelige gæster og læse alt om de sjove facts, der gemmer sig bag en festival af denne størrelse.

Langelandsfestivalen blev dækket med en lille fremskudt position, hvor live-reportere dækkede livet på festivalen i løbet af sommeren 2016.

Krimistof og fastholdenhed

2016 var et hårdt år for krimistatistikken på Fyn. Dobbelt drab på Langeland, drab i Svendborg, betonklodsdrab på den fynske motorvej og en eskalerende tilstedeværelse af bander på Fyn.

Alle historier blev dækket grundigt og effektivt at TV 2/FYN, hvilket medførte et øget samarbejde med TV 2 Nyhederne og News.

Efter flere års omstilling er TV 2/FYN nu gearet til at begå grundig journalistik på egne historier, men samtidig er organisationen nu så smidig, at mediehuset lynhurtigt og uden tøven kan rykke på de store historier, der hver dag opstår.

TV 2/FYN arbejder målrettet med at holde fast i de historier, som stationen selv sætter i søen. I 2016 blev historien om planlagte vådområder lakmusprøven på denne målsætning.

Over flere måneder og adskillige historier dokumenterede TV 2/FYN, hvordan Nordfyns Kommune fortsatte høringer om frivillige vådområder på trods af, at grundejerne ikke ønskede at medvirke til etableringen. Planen for vådområder bygger på frivillighed, men selvom samtlige lodsejere nægtede, fortsatte kommunen med planerne. Efter TV 2/FYNs grundige og vedholdende dækning blev planerne endelig droppet af Nordfyns Kommune.

TV 2/FYN for hele Fyn

Ud over Fyn og Langeland består TV 2/FYNs dækningsområde også af de mange småøer i det sydfynske øhav. Et område, som TV 2/FYN dækker grundigt og kontinuerligt. I 2016 gik mediehuset et spadestik dybere og producerede en dokumentarserie om livet på småøerne uden for højsæsonen.

Med personlige fortællinger om iværksættere, mangel på hjemmepleje, handelslivet og de frivillige beredskaber, dokumenterede TV 2/FYN både de udfordringer men også den gejst, der eksisterer i de områder, der i dagens Danmark selv må handle, hvis de ikke vil miste alt liv.

På samme måde blev serien om Langelands fiskere, der oplever, at EU skærer deres kvoter ned, både en historie, som kom på den nationale dagsorden, men den blev samtidig også en reportage om livet i en del af den fynske region, hvor tilværelsen for borgerne har andre perspektiver end andre steder på Fyn og i Danmark.

8. REGIONALE UDSENDER UDEN FOR TV 2-SENDEFLADEN

Programmerne på 24-timers kanalen

TV 2/FYN Nyhedskanalen 2016

TV 2/FYNs 24-timers kanal fortsatte i 2016 igen sin udvikling som Danmarks første, regionale nyhedskanal. Det vil sige med fokus på rolling news – nyheder og aktualitet – på alle hverdage i eftermiddagstimerne i 40 uger om året. Hertil blev i løbet af året udvalgt større live-satsninger med

relevans for fynboerne, mest egenproduceret af TV 2/FYNs nyhedsreportere, og ved enkelte begivenheder fra andre dele af landet, hvor der var fynsk relevans.

TV 2/FYN Nyhedskanalen fortsatte dermed kadencen fra det første år med en daglig, nyhedsbaseret sendeflade fra kl. 14.00-20.00 på alle hverdage. Fra 15. november 2016 blev sendefladen fornyet med nyhedsshowet "17til20", hvor de rullende nyheder blev strammet op, både redaktionelt og produktionelt, og med et skarpere fokus på early prime-sendetiden fra kl. 17.00 og frem til lidt efter kl. 20.00.

I forbindelse med TV 2/FYNs nye strategi blev TV 2/FYN Nyhedskanalen samtidig endeligt defineret som den "afgørende nyhedsmotor" i mediehuset. I praksis så favner Nyhedskanalen alt nyheds- og aktuel journalistik, lives, løbende nyhedsopdateringer, aktuelle gæster i studiet – også det smalle og mere nicheprægede fra livet i den fynske region – sideløbende med tv2fyn.dk.

Live-events fra Fyn med nyheds- og aktualitetsindhold

De planlagte større live-events inden for nyheder og aktualitet tæller blandt andet Sportslørdag, festivalerne Heartland og Tinderbox – og fagredaktionernes livedækning af henholdsvis Svend-fest i august 2016, det fynske folkemøde på Fyens Stiftstidende i september 2016 og Folketingets åbning i oktober 2016. Alle nævnte sendinger betød udvidet sendetid på TV 2/FYN Nyhedskanalen.

Live-events fra andre dele af Danmark – og med fynsk relevans og aktualitetsvinkler

TV 2/FYN Nyhedskanalen blev i 2016 også brugt til live-sendinger fra aktuelle begivenheder uden for Fyn. Som regel initieret af den TV 2-region, hvor begivenheden foregår. I 2016 fik TV 2/FYN løbende tilbud fra de øvrige TV 2-regioner om at medvirke/transmittere liveevents, der foregår uden for Fyns grænser. Hver gang vurderes den indholdsmæssige relevans for fynboerne, for med TV 2/FYNs public service classic-strategi, skal der være fynsk relevans og fynske aktualitetsvinkler, hvis vi skal sende herfra. Til alle live-events fra andre dele af Danmark – for eksempel Folkemødet på Bornholm, Kulturmødet på Mors og DM i Skills – var der derfor altid TV 2/FYN-medarbejdere udsendt til at "fynificere" og aktualisere begivenheden og dermed gøre den relevant for TV 2/FYNs seere.

Nyhedsproduktion på kanalen i ferieperioder

I 12 ferieuger af 2016 prioriterede TV 2/FYN bevidst kanalens indhold ned – så kvalitet i de 40 bærende nyhedsuger i resten af året blev vægtet over kvantitet, jf. public service-kontraktens begreber. I disse ferieperioder sendte TV 2/FYN Nyhedskanalen ikke de seks timers rullende nyhedstimer. Dels afvikles der ferie blandt medarbejderne, og dels fokuserer den resterende del af redaktionen sin indsats på nyhedsproduktion til TV 2-vinduerne og tv2.dk, så kvaliteten her opretholdes året igennem. Ud over TV 2-vinduerne bestod indholdet derfor af "Danmark Rundt", det fællesregionale program og loopede nyhedsudsendelser.

Indholdet i TV 2/FYNs egenproduktion i TV 2/Nyhederne var i sommeren – ud over de løbende nyhedsopdateringer i første del af 19.30-udsendelserne - fokuseret på aktuelle begivenheder. Eksempelvis samlede vores kulturelredaktion i uge 26 op på Tinderbox-festivalen, vores politiske og business-redaktion lavede sommerstatus på de fynske byråd, Folketingsåret, regionen og de mest markante, fynske virksomheder, mens vi dagligt i uge 28-30 hver aften sendte live i 10-14 minutter fra mere end 20 forskellige steder i det fynske sommerland, hvor livet blev levet.

I TV 2-vinduerne i uge 31 leverede vores Kulturelredaktion en serie, "Kulturstaffetten på udebane", hvor aktuelle, fynske kunstnere blev præsenteret, og i august-ugerne blev der fokuseret på lives fra de fynske festivaler i Odense og Svendborg.

Målet med indholdet i ferieugerne i 2016 var at udbygge den redaktionelle nyhedslinje med aktualitet, debatter og begivenheder. Det lykkedes så godt, at vi fremover vil bruge modellen fuldt ud i alle lavsæsoner – til glæde for fynboerne, der har givet os gode reaktioner på at være aktive og live-aktuelle også i ferieperioder, selvom det sker med et langt mindre produktionsset-up.

Denne linje vil derfor blive fortsat i 2017. Skulle gode programideer med "ikke-aktuelt" indhold opstå, vil disse søges løst af eksterne producenter.

9. DIGITALE MEDIEPLATFORME

tv2fyn.dk og TV 2/Fyn på Facebook

2016 blev året, hvor TV 2/FYN i praksis tog springet fra "tv-station" til "mediehus", der udkommer på flere platforme med sin journalistik. I TV 2/FYNs nye strategi er flermedialitet en hjørnesteen. Historierne skal udkomme på de tidspunkter og de platforme og skærme, der passer til brugere og seere.

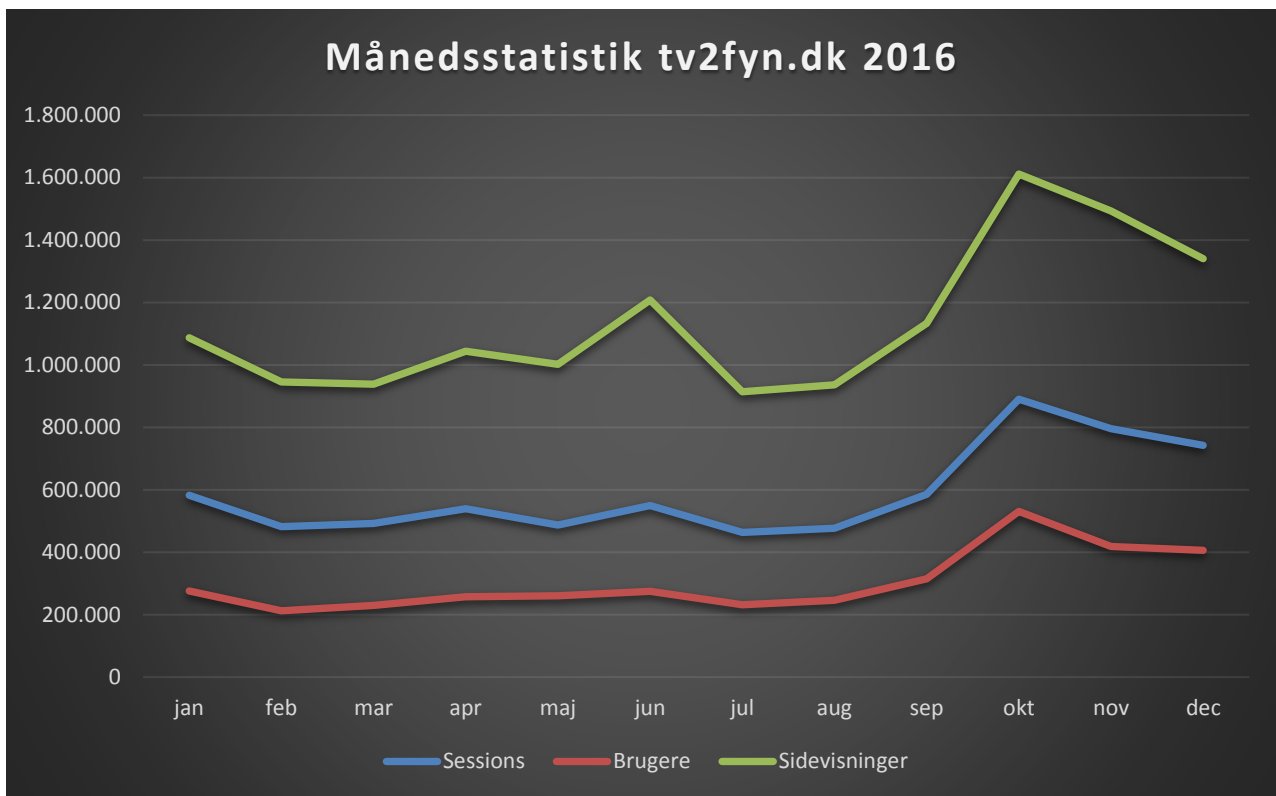
Dette blev udmøntet ved, at de to første strategiprojekter – "nyheder fra morgen til aften" og "journalistik på alle platforme" – fra 1. oktober var direkte målrettet en styrkelse af både tv2fyn.dk og TV 2/FYN på Facebook. Den digitale redaktion blev udvidet til nu at omfatte seks faste medarbejdere, og pr. 1. november blev to nyansatte medarbejdere med både erfaring og ekspertise til denne opgave ansat.

Resultaterne viste fra begyndelsen, at behovet blandt de fynske borgere er der. Allerede fra den første oktober-uge og året ud kvitterede brugere med stor interesse og et løft i antallet af sessions, brugere og sidevisninger.

Det fremgår af den samlede trafikudvikling på tv2fyn.dk i løbet af 2016.

Trafikudviklingen i tal pr. måned i 2016:

2016	Sessions	Brugere	Sidevisninger
Januar	582.346	275.307	1.087.413
Februar	481.435	212.430	945.328
Marts	491.959	229.430	938.080
April	539.603	257.216	1.043.870
Maj	487.416	260.382	1.002.287
Juni	549.683	275.048	1.207.730
Juli	463.455	231.906	913.939
August	476.619	245.850	936.222
September	585.573	314.862	1.132.623
Oktober	890.210	530.714	1.611.305
November	795.437	418.138	1.492.964
December	742.097	406.200	1.340.045



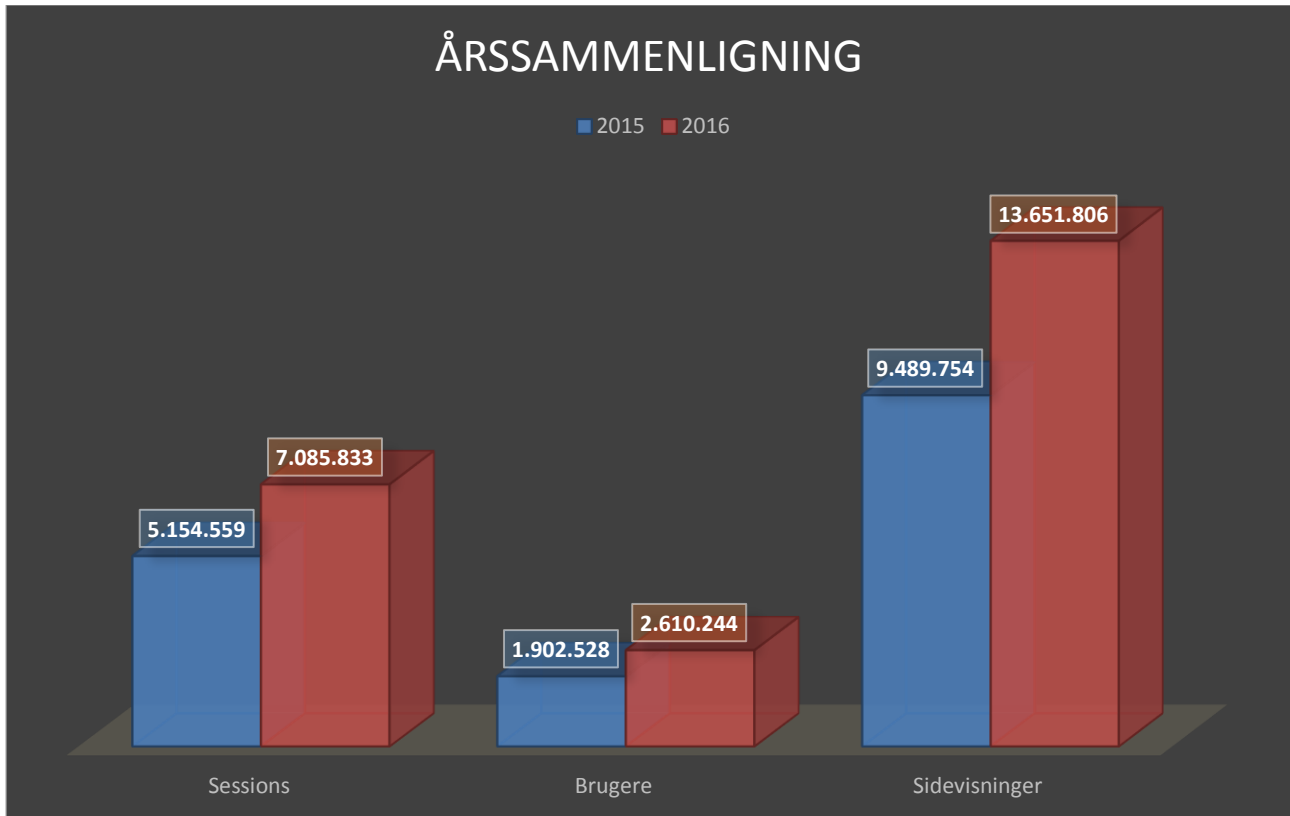
Som det fremgår af tal og graf, er det især i det sidste kvartal i 2016, der har været besøgmæssig fremgang.

Trafik på tv2fyn.dk i 2015 og 2016

År	Sessions	Brugere	Sidevisninger
2015	5.154.559	1.902.528	9.489.754
2016	7.085.833	2.610.244	13.651.806

Fremgangen i session har fra 2015 til 2016 været på 37,5%, og fremgangen i antallet brugere er på 37,2%. Antallet af brugere på TV 2/FYNs apps til iPhone og Android kommer oveni, da trafikken til apps ikke er inkluderet i disse tal.

Og sådan her ser det ud i en graf:



tv2fyn.dk skal frem mod 2018 udvikle sig til rygraden i den "ATAWAD"-tankegang – Any Time, Any Where, Any Device" – der skal gennemsyre TV 2/FYNs overgang til et af Danmarks førende, regionale mediehuse. Nyheder og aktuel journalistik fra morgen til aften er kernen i indholdet, så TV 2/FYN i praksis leverer journalistik, der følger fynboernes medievaner på smartphones, tablets, pc'er og laptops.

I 2017 vil intelligent brug af data fra brugeradfærd målrettet blive inddraget til at opstille målbare mål, som TV 2/FYN aktivt kan bruge for at fastholde vækst og den overordnede strategi. Samtidig skal målene – og de KPI'er, der defineres – opfylde de kommende krav fra Kulturministeriet for 2018.

For tv2fyn.dks vedkommende vil de eksterne målepunkter formentligt blive antallet af brugere pr. uge, antallet af sessions og content engagement.

Nyhedsflow

Integrationen mellem TV 2/FYNs TV 2-udsendelser, nyhedskanal og de digitale platforme blev udviklet og styrket i 2016. Studiegæster og livesendinger bliver kort efter sending på TV 2/FYN lagt ud på www.tv2fyn.dk, så brugerne kan se interviews og reportager, når de har tid og lyst.

Samtidig fortsatte TV 2/FYN med at dække fynske nyheder dagen igennem med artikler og aktuelle videoklip. Bemandingen blev udvidet de sidste måneder af 2015, således at www.tv2fyn.dk nu er bemandet fra klokken 5.00 om morgenen til 23.00 om aftenen på alle hverdage.

Alle tv-udsendelser vist på TV 2/FYN er tilgængelige på www.tv2fyn.dk kort efter, at de er blevet vist i tv, og TV 2/FYNs 24-timers kanal bliver streamet live til www.tv2fyn.dk, så alle altid kan se TV 2/FYN uanset hvor i verden, de befinder sig. Kanalen kan også ses på TV 2/FYNs apps til smartphones. En stor del af indholdet på kanalen bliver efterfølgende lagt ud på www.tv2fyn.dk, så brugerne kan finde klippene on-demand.

Særlige indsatsområder

Ud over den daglige nyhedsdækning har der i løbet af året været flere indsatsområder på tv2fyn.dk. De fleste i samarbejde med TV 2/FYNs øvrige platforme.

- Der blev i lighed med tidligere år oprettet en særlig sektion om Årets Sportsnavn, hvor samtlige kandidater blev præsenteret med ord og videoklip.
- Der blev lavet en særlig tema-sektion i forbindelse med både Heartland- og Tinderbox-musikfestivalerne, hvor indslag, nyheder og lives blev samlet i et overblik.
- Der bliver løbende samlet centrale artikler og klip i tema-blokke om historier, der løber over flere dage eller uger, så brugerne får mulighed for at se og læse tilbage i komplekse historier.
- TV 2/FYNs nyhedskanal kan på tv2fyn.dk findes via en omfattende guide, der giver råd og vejledning til, hvordan man finder TV 2/FYNs kanal på sit tv.

Tekst-TV

TV 2-regionerne råder over side 380 til 400 på TV 2s tekst-TV. De første seks sider på TV 2/FYNs tekst-TV er nyheder, som løbende opdateres alle dage. Herudover er der faktaoplysninger om TV 2/FYN samt sendetider og programoversigt vedrørende 24-timers kanalen. Tekst-tv på TV 2/FYNs nyhedskanal undersøges i løbet af 2017.

Udvikling

tv2fyn.dk blev i 2016 kraftigt udviklet året igennem. Det skete via det fælles-regionale online-projekt, hvor TV 2/FYN sammen med seks andre TV 2-regioner løbende udvikler nye, både tekniske og journalistiske forbedringer. Dette udvikler sig måned for måned – og blandt de mest markante er integration af live-blogs, indførelse af et ”nyhedsbånd” til korte telegramagtige nyheder og muligheder for flere live-feeds på én gang. TV 2/FYNs digitale redaktion tester hele tiden de nye elementer og integrerer dem løbende i det daglige workflow.

Denne udvikling vil fortsætte i 2017, hvor TV 2/FYN fortsat vil spille en meget aktiv rolle i det tværregionale online-projekt. Og hvor tv2fyn.dk bliver fuldt integreret i den samlede dækning af kommunalvalget 2017.

Apps

TV 2/FYNs apps til iPhone og Android har ikke i første omgang været en del af det regionale, digitale samarbejde, men det bliver det i 2017. Fra sidst på foråret vil de nuværende apps blive opdateret til nyeste versioner, der matcher danskernes – og fynboernes – behov for at læse nyheder og se videoklip, nyhedsudsendelser og direkte tv-udsendelser.

Det er også muligt at se programoversigter, fynsk vejrudsigt og sende tips og billeder til redaktionen på TV 2/FYN.

Facebook

Facebook blev i 2016 fuldt integreret i TV 2/FYNs eget journalistiske økosystem, hvor de bærende historier skal versioneres til TV 2-vinduer, 24-timers kanalen, tv2fyn.dk og sociale medieplatforme.

På TV 2/FYNs Facebook-side skal fynboerne engageres og involveres. Indholdet skal skabe direkte debat dagen igennem. Virkemidlerne er ægte dialog, vigtige værdispørgsmål, virale videoklip og fascinerende historier, der tilsammen skal skabe et fynsk fællesskab.

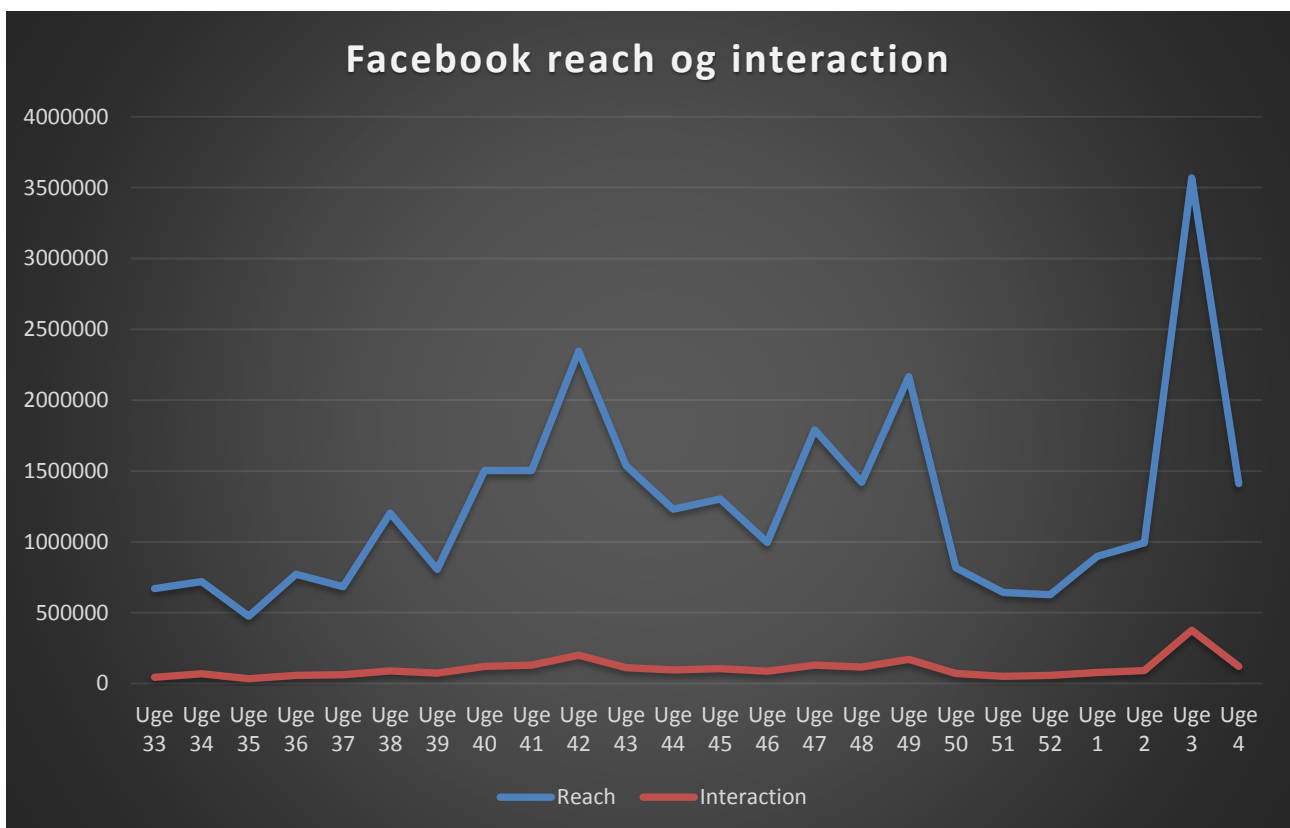
Dette er retningen i den fornyede strategi for hele TV 2/FYN. Mange af ideerne blev testet direkte under TV 2/FYNs samlede dækning af Tinderbox 2016, og fra oktober, hvor de første strategiprojekter blev rullet fuldt ud, fulgte resultaterne hurtigt efter. Det fremgår af skemaerne nedenunder. Derudover er Facebook blevet en central faktor i at få brugere gjort opmærksom på andre digitale historier på tv2fyn.dk og er dermed samtidig en vigtig faktor til at styrke det samlede digitale tryk.

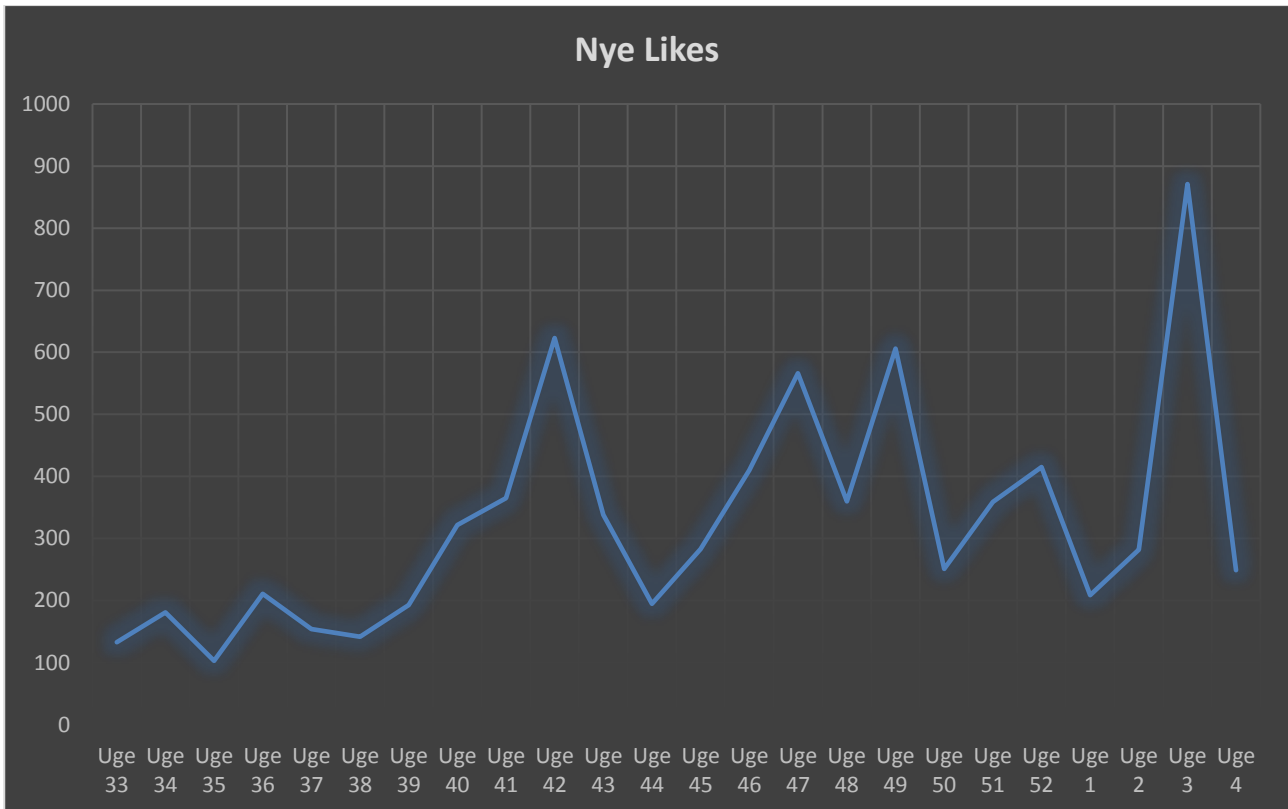
Sammenhængen mellem Facebook og tv2fyn.dk ses af nedenstående Top 10-liste over de mest besøgte dage på tv2fyn.dk. Bortset fra et markant klip fra 2015, hvor daværende trafikminister Magnus Heunicke rasede over en TV 2/FYN-reporters spørgsmål, er de øvrige ni historier alle fra oktober 2016 og frem til januar 2017. Alle ni havde forinden et stort reach via Facebook-klip.

Historik over mest besøgte dage på tv2fyn.dk:

Dag	Sessions	Primære årsag
1 Onsdag 18.1.17	151.489	Artikel og videoklip om den vrisne slagter
2 Torsdag 19.1.17	95.296	Artikel og videoklip om den vrisne slagter
3 Mandag 3.10.16	83.118	To videoklip om betonklosdrabet
4 Tirsdag 6.12.16	69.039	Artikel om kvinde fyret 28 dage før sit jubilæum
5 Torsdag 8.12.16	57.840	Video: Festlig julehilsen fra Beredskab Fyn
6 Tirsdag 11.10.16	56.969	Artikler om løsslupne ørreder i Lillebælt
7 Onsdag 19.10.16	56.823	Artikel: Betjent reddede selvmordtruet (bro lukket)
8 Fredag 12.5.15	55.805	Artikel og video: TV 2/FYN viser Heunickes raseriudbrud
9 Onsdag 16.11.16	55.275	Artikler: Knivdrab ved Svendborg banegård
10 Fredag 20.1.17	53.988	Artikel og videoklip om den vrisne slagter

Den nære sammenhæng mellem reach og interaction på Facebook, og vores trafik på tv2fyn.dk, understreger vigtigheden i fortsat at samtænke de to digitale platforme. Her ses udviklingen på TV 2/FYNS Facebook-side siden efteråret. I uge 40 blev de første strategiprojekter sat i gang, og væksten ses tydeligt.





Som det fremgår af tal og graf, er det især i det sidste kvartal i 2016, der har været besøgmæssig fremgang.

I alt steg TV 2/FYNs antal af følgere på Facebook fra cirka 17.000 ved udgangen af 2015 til godt 30.000 ved udgangen af 2016.

I TV 2/FYNs nye strategi er målet for Facebook i sin enkelthed at blive ”størst på Fyn” – i forhold til øvrige lokal- og regionalmedier i regionen. Dette målbare punkt, som også skal leve op til Kulturministeriets kommende rammer fra 2018, vil blive målt i forhold til antal følgere og delinger, så den strategiske kurs og ambitionen fastholdes.

10. ARKIVER

TV 2/FYN har bevaret samtlige udsendelser siden stationens start i 1989. Frem til maj 2003 eksisterer udsendelserne på analoge bånd. Fra maj 2003 og frem til januar 2013 eksisterer de på digitale bånd, og fra januar 2013 eksisterer de på servere i TV 2/FYNs digitale arkiv.

Indtil videre har det ikke været hverken økonomisk realistisk eller teknisk fornuftigt at iværksætte en overførsel af dette omfattende materiale til et digitalt lagringsmedie. Det vil være en uhyre arbejdskrævende opgave, fordi båndene skal overspilles i realtime, og fordi der vil være et stort indtastningsarbejde af metadata, uden hvilke arkivet vil være uanvendeligt. De digitale

lagringsmedier falder hele tiden i pris samtidig med, at de tekniske standarder hele tiden forbedres. Derfor vurderes det endnu at være for tidligt at sætte denne proces i gang.

TV 2/FYNs udsendelser blev indtil 2006 pligtafleveret til Statens Mediesamling. Efter en ny pligtafleveringslov blev dette ændret, således at kun tre af de regionale TV 2-virksomheders programmer opbevares hos Statens Mediesamling, mens de øvrige kun bevares for en enkelt uge om året, for TV 2/FYNs vedkommende hvert år uge 46.

Befolkningen og forskermiljøerne har således adgang til programmerne via Statens Mediesamling indtil 2006.

Men fra 2006 og frem er TV 2/FYNs programmer tilgængelige via internettet, enten på www.tv2fyn.dk eller på den fælles regionale www.tv2regionerne.dk. Her kan man finde programmerne efter dato eller søgeord.

Forpligtelsen til at fremme digitaliseringen af programarkiverne blev formuleret i den første public service-kontrakt i 2003. Begrundelsen var og er, at borgerne således skulle gives adgang til arkiverne, hvilket som nævnt er opfyldt allerede fra 2005. Arkiverne frem til 2005 er ikke simultant tilgængelige, men til brug for særlige formål som for eksempel forskning er de på den anden side ikke utilgængelige jf. ovenfor om Statens Mediesamling. Der opleves i øvrigt ikke noget reelt behov for adgang til arkiverne så langt tilbage i tiden.

En anden begrundelse for at digitalisere arkiverne kan være risikoen for, at de mistes, hvis magnetbåndene på sigt ikke fortsat kan holde på lyd og billeder. Det er ikke nært forestående, men et sådant mere kulturarmæssigt aspekt skal ikke negligeres.

TV 2/FYN har derfor holdt møder med repræsentanter for Stadsarkivet i Odense Kommune. I løbet af 2017 vil TV 2/FYN og arkivfolkene undersøge mulighederne for evt. at digitalisere dele af båndene fra TV 2/FYNs første år.

TV 2/FYNs bestyrelse har på sit møde den 25. april 2017 behandlet og godkendt den foreliggende public service-redegørelse for 2016.

PROGRAMMER FORDELT PÅ INDHOLDSKATEGORIER PÅ NYHEDSKANALEN TV 2/FYN

Indholdskategorier	EPG-kategori (standard)		I alt tim. min. sek.
Nyheder	2:0	2.740,77	
Debat/interview	2:4	2,67	
Dokumentar	2:3	0,00	
Nyhedsmagasin	2:2	1.890,95	
Vejr	2:1	0,00	4.634,39
Børn & unge	5:0	0,00	0,00
Kultur	7:0	77,23	
Begivenhed	7:1	0,00	
Kunst	7:2	0,00	
Film	7:7	0,00	
Religion	7:3	0,00	
TV/Presse	7:8	0,00	
Live	11:3	0,00	77,23
Livsstil	10:0	0,00	
Forbrug	10:6	0,00	
Have	10:7	0,00	
Mad	10:5	0,00	
Sundhed	10:4	0,00	0,00
Musik	6:0	0,00	0,00
Politik & samfund	8:0	1,84	
Erhverv	8:2	0,0	
Personer	8:3	0,00	
Reportage	8:1	1,60	3,44
Show	3:0	0,00	
Quiz	3:1	0,00	
Talkshow	3:3	0,00	0,00
Sport	4:0	0,00	
Sportsbegivenhed	4:1	0,00	0,00
Viden	9:0	0,00	
Historie	9:6	0,00	
Natur	9:1	0,00	
Sprog	9:7	0,00	0,00
I alt			4.715,06